

**EFEKTIVITAS MEDIA SOSIAL TIKTOK DALAM
PENYEBARAN PESAN DAKWAH BAGI REMAJA
DESA KESAMBEN KECAMATAN NGORO
KABUPATEN JOMBANG**



UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

Oleh

Robithotul Islamiyah

NIM. B91218138

Program Studi Komunikasi Penyiaran Islam

Fakultas Dakwah dan Komunikasi

Universitas Islam Negeri Sunan Ampel

Surabaya

2022

PERNYATAAN KEASLIAN KARYA

Yang bertanda tangan di bawah ini:

nama : Robithotul Islamiyah

NIM : B91218138

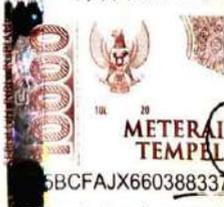
Prodi : Komunikasi dan Penyiaran Islam

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi berjudul *Efektivitas Media Sosial TikTok Dalam Penyebaran Pesan Dakwah Bagi Remaja Desa Kesamben Kecamatan Ngoro Kabupaten Jombang* adalah benar merupakan karya sendiri. Hal-hal yang bukan karya saya, dalam skripsi tersebut diberi tanda sitasi dan ditunjukkan dalam daftar pustaka.

Apabila dikemudian hari terbukti pernyataan saya tidak benar dan ditemukan pelanggaran atas karya skripsi ini, saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan skripsi dan gelar yang saya peroleh dari skripsi tersebut.

Surabaya 27 Maret 2022

at pernyataan



20
METERAI
TEMPEL
5BCFAJX660388337

Robithotul Islamiyah
NIM. B91218138

LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING

Nama : Robithotul Islamiyah
NIM : B91218138
Program Studi : Komunikasi dan Penyiaran Islam
Judul Skripsi : Efektivitas Media Sosial TikTok Dalam Penyebaran Pesan Dakwah Bagi Remaja Desa Kesamben Kecamatan Ngoro Kabupaten Jombang.

Skripsi ini telah diperiksa dan disetujui untuk diujikan.

Surabaya, 27 Maret 2022
Menyetujui
Pembimbing,



Drs. Prihananto, M.Ag
NIP. 196812301993031003

LEMBAR PENGESAHAN UJIAN SKRIPSI

Efektivitas Media Sosial TikTok Dalam Penyebaran Pesan Dakwah
Bagi Remaja Desa Kesamben Kecamatan Ngoro Kabupaten
Jombang

SKRIPSI

Disusun Oleh
Robithotul Islamiyah
B91218138

Telah diuji dan dinyatakan lulus dalam ujian Sarjana Strata Satu
Pada tanggal 11 April 2022

Tim Penguji

Penguji I



Drs. Prihananto, M.Ag
NIP. 196812301993031003

Penguji II



Dr. H. Fahrur Razi, M.HI
NIP. 196906122006041018

Penguji III



Dr. M. Anis Bachtiar, M.Fil.I
NIP. 196912192009011002

Penguji IV



Rozaqul Arif, M.Sos.I
NIP. 198210122015031004



Sabuya, 11 April 2022

Dekan,



Halim, M.Ag
NIP. 196507251991031003



UIN SUNAN AMPEL
SURABAYA

KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN AMPEL SURABAYA
PERPUSTAKAAN

Jl. Jend. A. Yani 117 Surabaya 60237 Telp. 031-8431972 Fax.031-8413300
E-Mail: perpustakaan@uinsby.ac.id

LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai sivitas akademika UIN Sunan Ampel Surabaya, yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : Robithotul Islamiyah
NIM : B91218138
Fakultas/Jurusan : Dakwah dan Komunikasi / Komunikasi Penyiaran Islam
E-mail address : robithotulislamiyah99@gmail.com

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya, Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif atas karya ilmiah :

Skripsi Tesis Desertasi Lain-lain (.....)
yang berjudul :

Efektivitas Media Sosial TikTok dalam Penyebaran Pesan Dakwah Bagi Remaja

Desa Kesamben Kecamatan Ngoro Kabupaten Jombang.

beserta perangkat yang diperlukan (bila ada). Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya berhak menyimpan, mengalih-media/format-kan, mengelolanya dalam bentuk pangkalan data (database), mendistribusikannya, dan menampilkan/mempublikasikannya di Internet atau media lain secara **fulltext** untuk kepentingan akademis tanpa perlu meminta ijin dari saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan atau penerbit yang bersangkutan.

Saya bersedia untuk menanggung secara pribadi, tanpa melibatkan pihak Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya, segala bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran Hak Cipta dalam karya ilmiah saya ini.

Demikian pernyataan ini yang saya buat dengan sebenarnya.

Surabaya, 29 Mei 2023

Penulis

Robithotul Islamiyah

ABSTRAK

Robithotul Islamiyah, NIM. B91218138, 2022. Efektivitas Media Sosial TikTok Dalam Penyebaran Pesan Dakwah Bagi Remaja Desa Kesamben Kecamatan Ngoro Kabupaten Jombang.

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui adanya efektivitas media sosial TikTok dalam penyebaran pesan dakwah bagi remaja Desa Kesamben Kecamatan Ngoro Kabupaten Jombang dan seberapa besar tingkat keefektivan yang didapat.

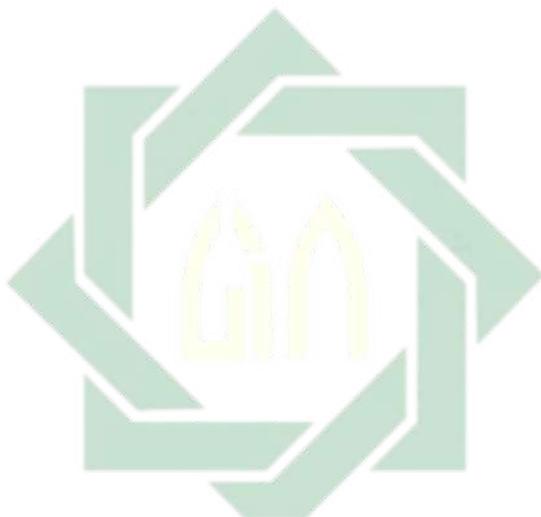
Untuk mendeskripsikan persoalan tersebut, peneliti menggunakan metode kuantitatif dengan analisis uji regresi non linear model kuadratik.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa (1) Terdapat efektivitas media sosial TikTok dalam penyebaran pesan dakwah bagi remaja Desa Kesamben, (2) diperoleh persamaan kuadratik yaitu $Y=18,846 - 0,053X + 0,006X^2$ (3) Tingkat efektivitas dari tabel R square sebesar 0,312 berada pada interval 0,20 – 0,399 yang berarti efek yang ditimbulkan lemah, angka yang tertera 0,312 sebesar 31% penyebaran pesan dakwah pada remaja desa Kesamben dipengaruhi oleh penggunaan aplikasi TikTok, sedangkan 69% dipengaruhi oleh faktor lain diluar aplikasi TikTok yang tidak dijelaskan dalam penelitian ini.

Kepada peneliti selanjutnya yang ingin meneliti media sosial TikTok dalam penyebaran pesan dakwah, misalnya dengan meneliti pengaruh atau frekuensi kemudian mengaitkannya dengan teori serta efek yang akan dihasilkan. Karena media sosial akan terus berkembang dan penggunaannya akan terus mengalami perubahan. Bagi remaja Desa Kesamben peningkatan minat dan motivasi dalam berdakwah melalui media massa khususnya aplikasi TikTok perlu ditingkatkan. Perlu adanya keseimbangan antara penyebaran pesan dakwah dan hiburan semata. Seiring dengan berjalannya perkembangan

zaman seharusnya dapat dimanfaatkan juga untuk aktifitas berdakwah.

Kata Kunci : *Media Sosial, Aplikasi TikTok, Dakwah Islam, Efektivitas, Pesan Dakwah.*



UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

ABSTRACT

Robithotul Islamiyah, NIM. B91218138, 2022. The Effectiveness of TikTok Social Media in Disseminating Da'wah Messages for Youth in Kesamben Village, Ngoro District, Jombang Regency.

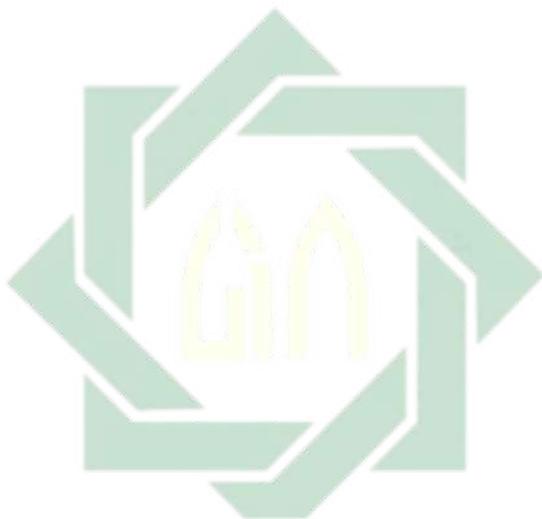
The purposes of this study is to determine the effectiveness of TikTok social media in disseminating da'wah messages for youth in Kesamben Village, Ngoro District, Jombang Regency and how much effectiveness was obtained.

To answer the problem researcher used quantitative methods with non-linear regression analysis of the quadratic model.

The findings of the research are (1) there is the effectiveness of TikTok social media in disseminating da'wah messages for youth in Kesamben Village, (2) the obtained R square value 0,312 means the level of the effectiveness is weak. The obtained quadratic equation $Y=18,846 - 0,053X + 0,006X^2$ shows that the spread of da'wah message is influenced by the use of tiktok at the number of 31 %. While 69% is influenced by other factors outside the use of tiktok social media.

For further researchers who want to research TikTok social media in the spread of da'wah messages, for example by examining the influence or frequency and then linking it to the theory and effects that will be produced. Because social media will continue to grow and its use will continue to change. For the youth of Kesamben Village, increasing interest and motivation in preaching through mass media, especially the TikTok application, needs to be improved. There needs to be a balance between spreading the message of da'wah and mere entertainment. Along with the development of the times, it should also be used for da'wah activities.

Keywords: *Social Media, TikTok Application, Islamic Da'wah, Effectiveness, Da'wah Message.*



UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

مستخلص البحث

رابطة الإسلامية، رقم دفتر القيد: ب91219138، 2022. فعالية وسيلة التواصل الاجتماعي "تيك توك" في نشر رسائل الدعوة للشباب في قرية كيسامبين بمنطقة نغورو بمحافظة جومبانغ.

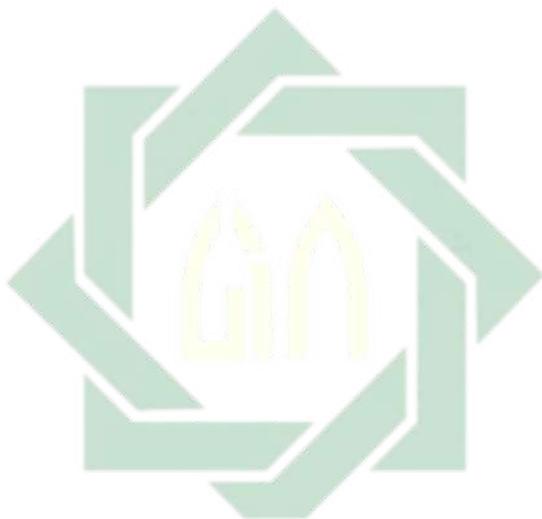
يهدف هذا البحث إلى كشف فعالية وسيلة التواصل الاجتماعي "تيك توك" في نشر رسائل الدعوة للشباب في قرية كيسامبين بمنطقة نغورو بمحافظة جومبانغ ومدى فعاليتها المكتسبة.

من أجل القيام بوصف المشكلة، استخدمت الباحثة المنهجية الكمية مع تحليل الانحدار غير الخطي للنموذج التربيعي.

حصل هذا البحث على النتيجة القائلة أن (1) هناك اكتشاف فعالية وسيلة التواصل الاجتماعي "تيك توك" في نشر رسائل الدعوة للشباب في قرية كيسامبين (2) وقد حصل هذا البحث على معادلة من الدرجة الثانية وهي $Y = 18,846 - 0,053X + 0,006X^2$ (3) ووقع مستوى فعالية الجدول التربيعي R في 0,312 أي (0,312) وهو الذي يقع في الفترة من 0.20 - 0.399 أي (0,399 - 0,20) مما يعني أن التأثير ضعيف، فالرقم المذكور هو 0.312 أي (0,312) بنسبة 31% أي (31%) من انتشار رسائل الدعوة في قرية كيسامبين الذي أثره مستخدموا تطبيق تيك توك، بينما يتأثر 69% أي (69%) بعوامل أخرى خارج تطبيق تيك توك لم يتم شرحها هذا البحث.

لمزيد من الباحثين الذين يرغبون في البحث عن وسائل التواصل الاجتماعي "تيك توك" في انتشار رسائل الدعوة ، على سبيل المثال من خلال فحص التأثير أو التردد ثم ربطه بالنظرية والتأثيرات التي سيتم إنتاجها .لأن وسائل التواصل الاجتماعي ، ستستمر في النمو وسيستمر استخدامها في التغيير .بالنسبة لشباب قرية كيسامبين يجب تحسين الاهتمام والدافع المتزايد بالوعظ من خلال وسائل الإعلام ، وخاصة تطبيق "تيك توك" يجب أن يكون هناك توازن بين نشر رسالة الدعوة ومجرد التسلية إلى جانب تطور العصر ، يجب استخدامه أيضًا في أنشطة الدعوة

الكلمات المفتاحية: وسيلة التواصل الاجتماعي، تطبيق تيك توك، الدعوة الإسلامية
، الفعالة، رسالة الدعوة.



UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

DAFTAR ISI

Judul Penelitian (cover)	i
Pernyataan Otentisitas Skripsi	ii
Persetujuan Dosen Pembimbing.....	iii
Lembar Persetujuan Ujian Skripsi.....	iv
Abstrak.....	v
Kata Pengantar.....	xi
Motto dan Persembahan	xiii
Daftar Isi	xiv
Daftar Tabel.....	xvi
Daftar Gambar	xvii
BAB I : PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah.....	7
C. Tujuan Penelitian	8
D. Manfaat Penelitian	8
E. Definisi Operasional.....	8
F. Sistematika Pembahasan	10
BAB II : KERANGKA TEORITIK	
A. Penelitian Terdahulu Yang Relevan.....	12
B. Kerangka Teori.....	19
1. Teori Uses and Gratification	19
2. Paradigma Penelitian	28
3. Hipotesis Penelitian.....	30
BAB III : METODE PENELITIAN	
A. Pendekatan dan Jenis Penelitian.....	31
B. Lokasi Penelitian.....	31
C. Populasi, Sampel dan Teknik Sampling	31
D. Variabel dan Indikator Penelitian	34
E. Tahap-Tahap Penelitian	35
F. Teknik Pengumpulan Data.....	36
G. Teknik Validitas dan Reliabilitas Instrumen Penelitian	39
H. Teknik Analisis Data.....	44

BAB IV : HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Deskripsi Umum Objek Penelitian.....	46
1. Deskripsi Singkat Desa Kesamben.....	46
2. Deskripsi Remaja Desa Kesamben.....	46
3. Deskripsi Kegiatan Pengajian Di Desa Kesamben Kecamatan Ngoro	48
B. Penyajian Data	
1. Deskripsi Tentang Responden.....	50
2. Data Jawaban Responden Remaja Desa Kesamben	52
C. Analisis Data dan Pembahasan	
1. Analisis Deskriptif	64
a. Analisis Deskriptif Penggunaan TikTok Sebagai Media Dakwah.....	66
b. Analisis Deskriptif Penyebaran Pesan Dakwah	74
2. Analisis Uji Hipotesis.....	79
D. Pembahasan Hasil Penelitian	82

BAB V : PENUTUP

A. Simpulan	88
B. Saran dan Rekomendasi	88
C. Keterbatasan Penelitian	89

DAFTAR PUSTAKA

RIWAYAT PENULIS

LAMPIRAN-LAMPIRAN

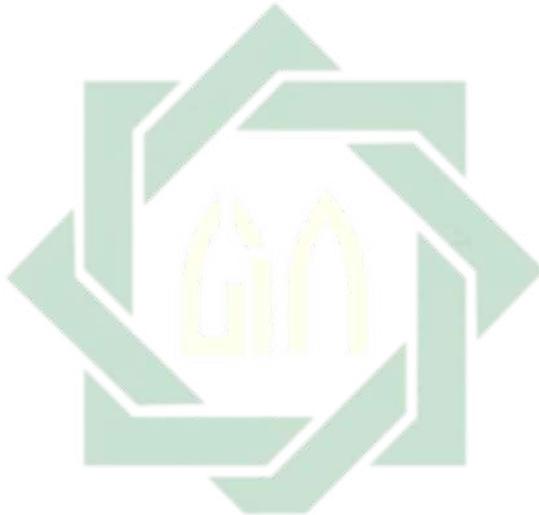
DAFTAR TABEL

Tabel	Halaman
3.1	Hasil uji validitas 40
3.2	Hasil uji reliabilitas 43
4.1	Jumlah remaja Desa Kesamben 48
4.2	Jenis Kelamin Responden 51
4.3	Usia Responden 51
4.4	Data Jawaban Variabel X 52
4.5	Data Jawaban Variabel Y 58
4.6	Analisis Nilai Maksimum dan Minimum 65
4.7	Remaja Sebagai Pengguna TikTok 66
4.8	Tingkat Keseringan Mengakses TikTok 67
4.9	Mengakses TikTok Mengandung Pesan Dakwah 68
4.10	Mengakses Konten Pesan Dakwah Berupa Kata-Kata dan Video 69
4.11	Mengakses Konten Pesan Dakwah Berupa Cuplikan Tausiyah/Ceramah 70
4.12	Memberikan like (suka) 71
4.13	Mengikuti Konten Creator 71
4.14	Memberikan Komentar Positif 72
4.15	Memberikan Komentar Negatif 73
4.16	Membagikan Kepada Teman-Teman 74
4.17	Membagikan Konten Melalui Story WA, IG 75
4.18	Memahami Isi Pesan Dakwah 76
4.19	Mengetahui Tujuan Pesan Dakwah 77
4.20	Sesuai Dengan Fenomena-Fenomena di Sekitar 77
4.21	Terdapat Perubahan Sikap dan Perilaku 78
4.22	Data Hasil Uji Hipotesis 80
4.23	Kriteria Interpretasi 81

DAFTAR GAMBAR

Gambar

3.1 Distribusi nilai r_{tabel} 41



UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Perkembangan di era globalisasi semakin hari semakin memberikan perubahan yang sangat pesat, salah satunya ialah di bidang ilmu pengetahuan dan teknologi. Globalisasi ialah insiden peradaban insan yang bergerak masuk dalam kehidupan manusia secara global. sesuai definisi atau pengertiannya globalisasi belum mempunyai arti khusus dan hanya mampu dicermati dari segi sudut pandang setiap orang.

Globalisasi yang sedang terjadi telah memengaruhi serta mendominasi kehidupan di seluruh global. Globalisasi menyentuh banyak sekali aspek kehidupan insan, mulai ekonomi, sosial, teknologi dan budaya.

Banyak sekali dampak yang dihasilkan oleh globalisasi, salah satunya adalah teknologi yang semakin canggih dan semua kebutuhan dapat dicukupi dengan sangat mudah. Perkembangan di era globalisasi ini juga banyak memunculkan inovasi-inovasi teknologi terbaru, seperti halnya media sosial. Tidak bisa di pungkiri bahwa setiap hari dan setiap waktu semua orang dapat mengakses media sosial. Era digital menyuguhkan berbagai kemudahan bagi penggunaanya, memangkas jarak komunikasi antar individu yang dulu dianggap mustahil. Melalui media sosial, pengguna bisa berkomunikasi secara langsung dengan semua orang dan mengetahui apa yang sedang terjadi atau hangat diperbincangkan di berbagai belahan dunia.²

² Nurliya Ni'matul Rohmah, Media Sosial Sebagai Media Alternatif Manfaat dan Pemuas Kebutuhan Informasi Masa Pandemi Global Covid 19 (Kajian

Media sosial adalah media online yang berisi kumpulan aplikasi-aplikasi yang bisa digunakan dengan internet yang biasa digunakan untuk mengekspresikan diri dan berkreasi serta dapat digunakan untuk alat berkomunikasi. Bahkan segala bentuk informasi baik yang positif dan negatif dapat ditemui didalam media sosial.

Media sosial sudah menjadi suatu fenomena yang diketahui oleh banyak khalayak, dimulai dari media sosial yang menjadi sesuatu yang viral yang dikenal oleh banyak orang. Akan menjadi sesuatu yang aneh apabila seseorang tidak menggunakan media sosial dalam kehidupan sehari-hari pada zaman seperti ini.³

Keberadaan media sosial telah menguntungkan semua orang, setiap orang di belahan dunia dapat memanfaatkan media sosial. Beberapa kelebihan media sosial di bandingkan dengan media-media yang lain adalah cepat, padat namun ringkas. Media sosial banyak menghadirkan versi terbaru dengan berbagai fungsi yang berbeda-beda. Berbicara mengenai revolusi dan inovasi media sosial yang semakin beragam pada saat ini menciptakan aplikasi yang beragam pula didalamnya, salah satunya adalah aplikasi TikTok yang saat ini sedang digemari oleh masyarakat.⁴ TikTok adalah platform yang berbasis audio dan visual, yang artinya dapat dilihat dan didengar.

Analisis Teori Uses And Gratification)”, *Jurnal Komunikasi dan Penyiaran Islam*, vol. 4, no 1, (September 2020), 2.

³ Hans Karunia H, dkk, “Fenomena Penggunaan Media Sosial : Studi Pada Teori Uses and Gratification”, *Jurnal Teknologi dan Informasi Bisnis*, vol. 3, no. 1, Januari 2021, 92.

⁴ Eko Sumadi , “Dakwah dan Media Sosial: Menebar Kebaikan Tanpa Diskrimasi”, *Jurnal Komunikasi Penyiaran Islam*, vol. 4, no. 1, 175.

Pada tahun 2018 TikTok sudah di kenal di Indonesia. Tetapi pada saat itu TikTok mendapat output yang kurang menyenangkan dari masyarakat, sehingga banyak mendapat kritikan. Karena banyak mendapat kritikan, sampai akhirnya TikTok diblokir oleh Kementerian Komunikasi dan Informatika.⁵ Namun setelah itu, TikTok kembali lagi dengan eksistensi yang sangat populer di kalangan masyarakat. Pada saat ini aplikasi TikTok dapat digunakan sebagai media informasi, hiburan dan juga berdakwah. Dakwah bukan hanya dilakukan oleh tokoh agama dan para ulama, tetapi setiap muslim bisa melakukan dakwah, karena dakwah bukan hanya tentang ceramah agama, melainkan bisa melalui banyak media dan perantara. Karena dakwah bisa dilakukan dengan berbagai media, maka penyebaran dakwah juga dapat dilakukan melalui media sosial salah satunya aplikasi TikTok.⁶

Dakwah dapat diartikan sebagai upaya untuk mengajak, menyeru, dan mendorong seseorang untuk menjadi pribadi yang lebih baik lagi, untuk dirinya sendiri maupun masyarakat sekitarnya. Ajakan atau seruan ini juga dapat berupa perkataan maupun perbuatan.⁷ Dakwah juga merupakan proses berkomunikasi di karenakan dakwah bersifat mempengaruhi seseorang untuk melakukan perbuatan yang baik. Dakwah sendiri berkaitan dengan

⁵ Togi Prima Hasiholan, Rezki Pratami dan Umaimah Wahid, “Pemanfaatan Media Sosial Tik Tok Sebagai Media Kampanye Gerakan Cuci Tangan di Indonesia Untuk Pencegahan Corona Covid-19” *Jurnal Ilmu Komunikasi*, vol. 5, no. 2, 2020, 71.

⁶ Moh. Ali Aziz, *Ilmu Dakwah (Edisi Revisi)*. (Jakarta : Kencana, 2017), Cet. 6, 2.

⁷ Zulkarnaini, “Dakwah Islam di Era Modern”, *Jurnal risalah*, vol. 26, no. 3, September 2015, 55.

perkembangan zaman yang berkembang dengan sangat cepat dan mengikuti perkembangan zaman secara signifikan. Hakikat dakwah sendiri adalah upaya yang dilakukan untuk menumbuhkan ketertarikan dan kecenderungan seseorang terhadap ajaran agama Islam pada apa yang telah diserukan. Allah swt. telah menerangkan perintah berdakwah dalam (Q.S. An-Nahl Ayat [16]: 125):

أَدْعُ إِلَى سَبِيلِ رَبِّكَ بِالْحُكْمَةِ وَالْمَوْعِظَةِ الْحَسَنَةِ وَجِدِلْهُمْ بِآيَاتِي هِيَ أَحْسَنُ ۚ إِنَّ رَبَّكَ هُوَ أَعْلَمُ بِمَنْ ضَلَّ عَنْ سَبِيلِهِ ۗ وَهُوَ أَعْلَمُ
بِالْمُهْتَدِينَ

*Artinya: “Serulah (manusia) kepada jalan Tuhanmu dengan hikmah dan pengajaran yang baik, dan berdebatlah dengan mereka dengan cara yang baik. Sesungguhnya Tuhanmu, Dialah yang lebih mengetahui siapa yang sesat dari jalan-Nya dan Dialah yang lebih mengetahui siapa yang mendapat petunjuk”.*⁸

Berdakwah dengan media sosial juga harus memperhatikan etika dan juga norma-norma bermedsos, terutama bagi aplikasi TikTok yang jika dilihat sekilas hanya menampilkan sesuatu untuk bersenang-senang saja, sehingga bisa benar-benar memberikan manfaat bukan malah memberikan permasalahan.⁹ Seperti halnya Al-Qur’an yang merupakan sumber hukum utama,

⁸ Q.S. An-Nahl Ayat 125. Diambil dari web <https://tafsirq.com/>

⁹ Niswatul Malihah, “Tik Tok Dalam Perspektif Al-Qur’an” *Jurnal At-Tahfizh: Jurnal Ilmu Al-Qur’an dan Tafsir*, vol. 1, no. 01, Juli-Desember 2019, 42.

berfungsi sebagai petunjuk dalam hidup agar tidak salah dalam berbuat dan bertindak agar tetap berada dalam anjurannya.¹⁰

Berdakwah tidak hanya dengan mad'u dan audiens yang bertatap muka langsung, tetapi juga bisa dengan melalui media sosial yang di dalamnya berisi aplikasi-aplikasi penunjang penyebaran dakwah. Sumber informasi yang ada dalam genggaman tangan dapat diperoleh hanya dengan melalui smartphone.¹¹ Media sosial TikTok yang saat ini yang sedang populer tidak hanya menyediakan audio yang hanya digunakan untuk berjoget saja, tetapi juga sebagai media perantara dakwah agar pesan yang disampaikan kepada audiens dapat diterima dengan baik.

Maraknya media sosial TikTok yang berkembang di masyarakat juga berimbas kepada para remaja. Media yang dikemas secara simple dan sederhana namun mudah untuk digunakan membuat semua orang menggunakannya. Bagi para remaja, sesuatu yang sederhana dan sedang viral akan membuat mereka tertarik. Ketika dakwah yang hanya dilakukan dengan media ceramah, membuat para remaja terkadang malas karena menurut mereka hal ini sangat membosankan. Tetapi ketika dakwah itu dikemas dengan menggunakan audio yang cocok dan tampilan visual yang menarik dapat membuat para remaja lebih gampang dalam hal penerimaan pesan dakwah yang disampaikan.

Bagi sebagian orang media sosial TikTok memang tidak terbatas usia dan kalangan dalam

¹⁰ *Ibid*, 42.

¹¹ Sholihatul Atik Hikmawati dan Luluk Farida, “Pemanfaatan Media Tik Tok Sebagai Media Dakwah Bagi Dosen IAI Sunan Kalijogo Malang”, *Jurnal Komunikasi dan Penyiaran Islam*, vol. 2, no. 1, 2021, 2.

penggunaannya. Begitu juga dengan masyarakat Desa Kesamben Kecamatan Ngoro Kabupaten Jombang. TikTok begitu populer bahkan sampai di kalangan anak-anak dibawah umur. Penggunaannya yang mudah dan dapat digunakan sebagai media hiburan membuat eksistensinya semakin tinggi. Penyebaran dakwah sudah menyebar luas di berbagai kalangan, mulai anak-anak sampai orang dewasa. Di Desa Kesamben hampir seluruh remaja memiliki smartphone, hal ini disebabkan karena pada saat ini sedang terjadi pandemi akibat virus covid-19 yang mengakibatkan semuanya harus di rumah saja.

Remaja Desa Kesamben bisa di katakana sudah mengetahui dan menggunakan aplikasi TikTok, bahkan media sosial yang lain juga sudah mulai digunakan Seperti WA, instagram, facebook, youtube, telegram dan lain-lain. Banyaknya fitur yang ada di aplikasi TikTok menjadikan para remaja tertarik untuk menggunakannya. Banyak sekali hal-hal positif yang di dapat ketika mengakses TikTok tetapi banyak orang yang tidak menyadarinya. Pertama, TikTok dimanfaatkan oleh remaja terutama di Desa Kesamben sebagai media hiburan ketika jenuh dan mengisi waktu luangnya. Kedua, TikTok dimanfaatkan oleh para remaja untuk meningkatkan kreativitas, dengan mengikuti trend yang ada dan mengedit konten yang telah dibuat dapat meningkatkan kreativitas. Ketiga, sebagai sumber informasi dari berbagai hal. Keempat, menambah relasi dan pertemanan serta dapat meningkatkan kepercayaan diri. Hal ini membuat para remaja semakin tertarik dengan aplikasi TikTok karena dapat di manfaatkan untuk berbagai hal. Ketika mengakses TikTok, terkadang muncul di *fyp* (for your page) konten dakwah yang sesuai dengan kehidupan para remaja yang dikemas

dengan sound dan tulisan-tulisan yang menarik. Hal tersebut menjadikan para remaja tertarik untuk mendownload atau membagikan konten dakwah tersebut kedalam story WA, instagram, facebook dan lain-lain.

Dari latar belakang tersebut, peneliti ingin mengetahui apakah TikTok efektif dalam penyebaran pesan dakwah atau hanya digunakan untuk bersenang-senang dan mencari hiburan saja. Peneliti juga ingin mengetahui ketika sudah mengakses konten dakwah apakah pesan dakwah yang disampaikan melalui konten tersebut akan digunakan para remaja dalam kehidupan sehari-hari atau hanya sebagai pengetahuan saja. Hal ini membuat peneliti tertarik untuk meneliti dengan judul penelitian Efektivitas Media Sosial TikTok Dalam Penyebaran Pesan Dakwah Bagi Remaja Desa Kesamben Kecamatan Ngoro Kabupaten Jombang.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, maka dapat diambil rumusan masalah sebagai berikut:

1. Apakah terdapat efektivitas media sosial TikTok dalam penyebaran pesan dakwah bagi remaja Desa Kesamben Kecamatan Ngoro Kabupaten Jombang
2. Bagaimana tingkat efektivitas media sosial TikTok dalam penyebaran pesan dakwah bagi remaja Desa Kesamben Kecamatan Ngoro Kabupaten Jombang

C. Tujuan Penelitian

Sesuai dengan rumusan masalah yang ada, maka tujuan yang ingin dicapai dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Ingin menjelaskan bagaimana efektivitas media sosial TikTok dalam penyebaran pesan dakwah bagi remaja Desa Kesamben
2. Ingin menjelaskan tingkat efektivitas media sosial TikTok dalam penyebaran pesan dakwah bagi remaja Desa Kesamben.

D. Manfaat Penelitian

1. Secara teoritis
 - a) Penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan bagi pengembangan ilmu dan pengetahuan yang berhubungan dengan topik media sosial TikTok dalam penyebaran pesan dakwah.
 - b) Menjadi bahan masukan untuk pengembangan ilmu bagi pihak-pihak tertentu
2. Secara Praktis
 - a) Memberikan informasi dan pengetahuan kepada para pembaca khususnya dalam hal berdakwah.
 - b) Menambah wawasan bagi para praktisi di bidang dakwah dan komunikasi, bahwa media sosial TikTok dalam peyampaian dakwahnya dapat dikembangkan di masyarakat, lembaga dan seterusnya.

E. Definisi Operasional

Berdasarkan judul “Efektivitas Media Sosial TikTok Dalam Penyebaran Pesan Dakwah Bagi Remaja Desa Kesamben Kecamatan Ngoro Kabupaten Jombang” maka perlu dijelaskan istilah-istilah yang ada untuk menghindari perbedaan penafsiran serta mewujudkan kesatuan pemikiran pembaca sebagai berikut:

1. Efektivitas

Penelitian ini di katakan efektif jika tujuan dapat dicapai sesuai dengan yang diharapkan yaitu para remaja pengguna aplikasi TikTok yang menggunakannya untuk mengakses konten dakwah. Sedangkan di katakan tidak efektif adalah ketika suatu tujuan tidak dapat tercapai yaitu para remaja pengguna aplikasi TikTok yang menggunakan TikTok hanya untuk mencari hiburan ketika bosan, mengikuti trend dan bukan mengakses konten dakwah.

2. Aplikasi TikTok

Pada penelitian ini yang akan diteliti adalah konten dakwah yang mengandung pesan dakwah dalam aplikasi TikTok. Suatu konten dakwah yang mengandung pesan dakwah dapat dilihat melalui video yang isinya ajakan atau seruan. Bisa berupa tulisan, audio, atau cuplikan tausiyah para pendakwah yang isinya mengandung pesan dakwah.

3. Penyebaran Pesan Dakwah

Penyebaran pesan dakwah di sini adalah memberitahukan sesuatu kepada orang lain tetapi dalam rana dakwah yang ada dalam sebuah konten. Penyebaran pesan dakwah ini bisa berupa memahami isi pesan dakwah yang disampaikan kemudian menyebarkannya kepada orang lain. Selain itu juga mengukur terjadinya perubahan sikap dan perilaku setelah menonton konten dakwah yang ada di aplikasi TikTok.

F. Sistematika Pembahasan

Berdasarkan penelitian ini, peneliti perlu menyusun bahan kajian yang nantinya akan mudah dibaca dan dikaji sebagai data penelitian dengan

membagi menjadi beberapa bab kedalam sub bab. Sistematika pembahasannya sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Pada bab pendahuluan ini akan diuraikan latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, definisi konsep dan yang terakhir sistematika pembahasan.

BAB II KAJIAN TEORITIK

Pada bab ini, kerangka teoritik akan membahas kajian tentang media sosial TikTok sebagai media penyebaran pesan dakwah yang meliputi pengertian efektivitas, media sosial, aplikasi TikTok dan Pesan Dakwah. Selanjutnya yaitu penelitian terdahulu yang relevan. Dalam hal ini, peneliti meneliti jurnal dan skripsi yang terdahulu guna membuktikan, mencari dan menemukan perbedaan dan persamaan terhadap penelitian yang sedang dilakukan sekarang.

BAB III : METODE PENELITIAN

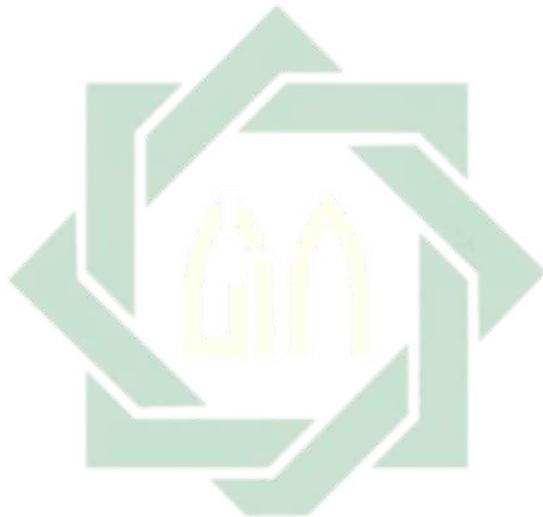
Pada bab metode penelitian, akan diuraikan tentang pedekatan dan jenis penelitian, lokasi penelitian, jenis dan sumber data, tahap-tahap penelitian, teknik pengumpulan data, teknik validitas data, dan teknik analisis data.

BAB IV : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini berisi tentang gambaran umum subyek penelitian, penyajian data, pembahasan hasil penelitian (analisis data) yang didalamnya berisi perspektif teori dan perspektif Islam.

BAB V : PENUTUP

Pada bab terakhir ini berisi kesimpulan, saran, rekomendasi dan keterbatasan penelitian.



UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

BAB II
KAJIAN TEORITIK

11

A. Penelitian Terdahulu Yang Relevan

Pada saat melakukan penelitian, peneliti pasti akan menemukan penelitian-penelitian terdahulu yang relevan seperti skripsi, jurnal, karya ilmiah dan penelitian lainnya yang berkaitan dengan penelitian yang akan dilakukan sekarang. Tujuan dari penelitian terdahulu untuk penelitian yang akan dilakukan sekarang adalah sebagai referensi atau acuan bagi peneliti untuk mencegah terjadinya plagiarisme. Adapun penelitian-penelitian terdahulu yang relevan adalah:

1. Riska Marini, Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung Prodi Pendidikan Agama Islam, *skripsi*, 2019: “Pengaruh Media Sosial TikTok Terhadap Prestasi Peserta Didik di SMPN 1 Gunung Sugih Kab. Lampung Tengah”. Hasil penelitian ini menunjukkan terdapat pengaruh yang signifikan antara media sosial TikTok dan prestasi belajar siswa SMPN 1 Gunung Sugih. Hasil tersebut dapat dilihat dari hasil uji coba instrument yang menyatakan bahwa media sosial TikTok sangat berpengaruh terhadap prestasi belajar para peserta didik.¹²
Perbedaan penelitian : Riska Marini menggunakan penelitian kuantitatif korelasi dengan pengumpulan data angket. Metode analisis data yang digunakan adalah uji validasi, uji normalitas, uji linearitas, dan uji T (uji hipotesis). Terdapat persamaan dengan penelitian yang akan dilakukan yaitu metode yang digunakan sama-sama kuantitatif.
2. Vionita Anjani, Universitas Sumatera Utara Prodi Ilmu Komunikasi, *skripsi*, 2019: “Persepsi

¹² Riska Marini. “Pengaruh Media Sosial TikTok Terhadap Prestasi Peserta Didik di SMPN 1 Gunung Sugih Kab. Lampung Tengah”, *Skripsi*, Jurusan Pendidikan Agama Islam Fakultas Tarbiyah dan Keguruan Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung, 2019.

Masyarakat Terhadap Aplikasi Tik Tok (Studi Deskriptif Kuantitatif Aplikasi TikTok di Kalangan Mahasiswa Jurusan Ilmu Komunikasi FISIP USU Stambuk 2015 dan 2016)”.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Persepsi mahasiswa Jurusan Ilmu Komunikasi FISIP USU stambuk 2015 dan 2016 mayoritas responden penelitian setuju aplikasi TikTok membawa pengaruh yang buruk kepada penggunanya. Responden penelitian juga mayoritas setuju jika aplikasi TikTok membuat penggunanya dapat menuangkan kekefektifannya dengan aplikasi tersebut. Dan keefektifan aplikasi Tik Tok ditentukan oleh bagaimana pengguna tersebut memanfaatkan aplikasi TikTok. Metode yang digunakan adalah kuantitatif. Persamaan dengan penelitian sekarang adalah metode yang digunakan sama-sama kuantitatif.¹³

3. Dila Mayangsari, Universitas Islam Negeri Sulthan Thaha Saifuddin Jambi Prodi Bimbingan dan Penyuluhan Islam, *skripsi*, 2021: “Penggunaan Aplikasi Tik Tok Sebagai Ajang Eksistensi Diri (Fenomena Penggunaan TikTok Pada Mahasiswa UIN Shultan Thaha Saifuddin Jambi). Hasil penelitian ini menunjukkan intensitas penggunaan aplikasi Tik Tok pada mahasiswa Universitas Islam Negeri Sulthan Thaha Saifuddin Jambi berbeda-beda, ada yang menggunakannya setiap hari di waktu senggang untuk mengekspresikan diri, menggunakan

¹³ Vionita Anjani. “Persepsi Masyarakat Terhadap Aplikasi Tik Tok (Studi Deskriptif Kuantitatif Aplikasi TikTok di Kalangan Mahasiswa Jurusan Ilmu Komunikasi FISIP USU Stambuk 2015 dan 2016)”, *Skripsi*, Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Sumatera Utara, 2019.

aplikasi TikTok untuk mencari hiburan dan melepas rasa penat/bosan, dan hanya mempunyai akun tetapi tidak intens menggunakan dan tidak mengunggah konten video.

Metode penelitian yang digunakan adalah metode penelitian kualitatif dengan pendekatan fenomenologi. Teknik pengumpulan datanya melalui observasi, wawancara dan dokumentasi. Persamaan dengan penelitian yang akan dilakukan sekarang yakni sama-sama meneliti penggunaan aplikasi TikTok, yang membedakan adalah penelitian sekarang meneliti efektivitas media sosial TikTok dengan pendekatan kuantitatif, sedangkan peneliti terdahulu meneliti intensitas penggunaan TikTok dengan pendekatan kualitatif.¹⁴

4. Sholihatul Atik Hikmawati dan Luluk Farida, Institute Sunan Kalijogo Malang, *jurnal*, 2021: “Pemanfaatan Media Tik Tok Sebagai Media Dakwah Bagi Dosen IAI Sunan Kalijogo Malang”. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Tik tok memberikan manfaat bagi media dakwah. Dalam memanfaatkannya, TikTok sebagai media dakwah bagi Dosen, terdapat 2 macam pemanfaatan. Pertama, pemanfaatan TikTok sebagai media komunikasi. Kedua, pemanfaatan TikTok sebagai media dakwah. Maka, TikTok dapat dikatakan efektif sebagai media dakwah jika digunakan dengan baik sesuai dengan syariat Islam. Secara keseluruhan dakwah pada media TikTok merupakan

¹⁴ Dila Mayangsari. “Penggunaan Aplikasi Tik Tok Sebagai Ajang Eksistensi Diri (Fenomena Penggunaan TikTok Pada Mahasiswa UIN Shultan Thaha Saifuddin Jambi), *Skripsi*, Jurusan Bimbingan dan Penyuluhan Islam Fakultas Dakwah Universitas Islam Negeri Sulthan Thaha Saifuddin Jambi, 2021.

dakwah milenial yang mampu menciptakan dakwah yang inovatif yang mempunyai daya tarik dan mampu menarik perhatian followers untuk membagikan ke media sosial yang mereka miliki. Metode yang digunakan pada penelitian ini adalah kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Persamaannya yaitu sama-sama meneliti aplikasi TikTok sebagai media dakwah, tetapi peneliti terdahulu memfokuskan kepada dosen sedangkan penelitian sekarang memfokuskan kepada para remaja.¹⁵

5. Devri Aprilian, Yessy Elita dan Vira Afriyati, Universitas Bengkulu Prodi Bimbingan dan Konseling, Jurnal, 2019: “Hubungan Antara Pengguna Aplikasi TikTok Dengan Perilaku Narsisme Pada Siswa Sekolah Menengah Pertama”. Hasil penelitian tersebut adalah terdapat hubungan yang signifikan antara penggunaan aplikasi TikTok dengan perilaku narsisme yang mempunyai nilai koefisien korelasi sebesar 0,637 dan taraf signifikansi sebesar $p=0,000$ ($p<0,05$). Yang artinya, semakin tinggi penggunaan aplikasi TikTok maka semakin tinggi pula perilaku narsisme. Sebaliknya, semakin rendah penggunaan aplikasi TikTok maka semakin rendah perilaku narsisme siswa. Terdapat persamaan dalam penelitian tersebut, yakni sama-sama menggunakan penelitian kuantitatif dalam penelitiannya.¹⁶

¹⁵ Sholihatul Atik Hikmawati dan Luluk Farida, “Pemanfaatan Media TikTok Sebagai Media Dakwah Bagi Dosen IAI Sunan Kalijogo Malang”, *Jurnal*, Institut Agama Islam Sunan Kalijogo Malang, 2021.

¹⁶ Devri Aprilian, dkk. “Hubungan Antara Pengguna Aplikasi TikTok Dengan Perilaku Narsisme Pada Siswa Sekolah Menengah Pertama”, *Jurnal*,

Berikut tabel perbedaan antara penelitian terdahulu yang relevan dan penelitian yang akan dilakukan :

No	Nama dan Tahun	Judul Penelitian	Persamaan	Perbedaan
1.	Riska Marini, 2019.	Pengaruh Media Sosial TikTok Terhadap Prestasi Peserta Didik di SMPN 1 Gunung Sugih Kab. Lampung Tengah	Menggunakan metode penelitian kuantitatif	Subjek penelitian
2.	Vionita Anjani, 2019.	Persepsi Masyarakat Terhadap Aplikasi Tik Tok	Menggunakan metode penelitian kuantitatif	Subjek penelitian.

Jurusan Bimbingan dan Konseling Fakultas keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Bengkulu, 2021.

		(Studi Deskriptif Kuantitatif Aplikasi TikTok di Kalangan Mahasiswa Jurusan Ilmu Komunikasi FISIP USU Stambuk 2015 dan 2016)		
3.	Dila Mayang sari, 2021.	Penggunaan Aplikasi Tik Tok Sebagai Ajang Eksistensi Diri (Fenomena Penggunaan Tik Tok Pada Mahasiswa	Sama-sama meneliti tentang aplikasi TikTok	Menggunakan metode penelitian kuantitatif, teknik pengumpulan data dengan wawancara .

		a UIN Shultan Thaha Saifuddin Jambi)		
4.	Sholihatul Atik Hikmawati dan Luluk Farida, 2021.	Pemanfaatan Media Tik Tok Sebagai Media Dakwah Bagi Dosen IAI Sunan Kalijogo Malang.	Sama-sama menggunakan aplikasi Tik Tok sebagai media dakwah.	Metode penelitian yang digunakan kualitatif, subjek penelitian adalah para dosen.
5.	Devri Aprilian, Yessy Elita dan Vira Afriyati, 2019.	Hubungan Antara Pengguna Aplikasi Tik Tok Dengan Perilaku Narsisme Pada Siswa Sekolah Menenga	Menggunakan metode penelitian kuantitatif.	Subjek penelitian.

		h Pertama.		
--	--	---------------	--	--

B. Kerangka Teori

1. Teori Uses and Gratification

Teori *uses and gratification* pertama kali dikemukakan oleh Elihu Katz, Jay G. Blumler, dan Michael Gurevitch. Awal adanya teori uses and gratification adalah ketika ketiga ilmuwan melihat bahwa para audiens mempunyai keinginan untuk menentukan apa yang mereka inginkan.¹⁷

Pendekatan teori uses and gratifications lebih mengarah kepada perhatian penggunaan (uses) isi media untuk mendapatkan pemuasan (gratification) terhadap kebutuhan seseorang, yang mana dalam teori ini khalayak yang aktif, secara sengaja mempergunakan media untuk memenuhi kebutuhannya. Pendekatan uses and gratifications mempersoalkan yang dilakukan orang pada media, yakni mempergunakan media sebagai pemuas kebutuhannya.¹⁸

Adapun perkiraan-perkiraan dasar dalam pendekatan *uses and gratifications* sesuai dengan Katz, Blumler dan Gurevitch adalah:

¹⁷ Hans Karunia H, dkk, “Fenomena Penggunaan Media Sosial : Studi Pada Teori Uses and Gratification”, *Jurnal Teknologi dan Informasi Bisnis*, vol. 3, no. 1, Januari 2021, 93.

¹⁸ Nurliya Ni'matul Rohmah, Media Sosial Sebagai Media Alternatif Manfaat dan Pemuas Kebutuhan Informasi Masa Pandemi Global Covid 19 (Kajian Analisis Teori Uses And Gratification)”, *Jurnal Komunikasi dan Penyiaran Islam*, vol. 4, no 1, (September 2020), 7.

- a. Khalayak disebut aktif, yang artinya sebagian dari penggunaan media massa diasumsikan memiliki tujuan.
- b. Pada proses komunikasi massa terdapat inisiatif dalam mengaitkan pemuasan kebutuhan dengan pemilihan media, yang terletak pada anggota khalayak.
- c. Media massa harus bersaing menggunakan sumber-sumber lain untuk memuaskan kebutuhannya. Kebutuhan yang dipenuhi media hanyalah bagian dari rentangan kebutuhan seseorang yang lebih luas. Bagaimana kebutuhan ini terpenuhi melalui konsumsi media sangat bergantung dengan sikap khalayak yang bersangkutan.
- d. Tujuan pemilihan media massa disimpulkan dari data yang diberikan anggota khalayak yang berarti setiap orang dianggap cukup mengerti untuk melaporkan kepentingan dan motif pada situasi-situasi tertentu.
- e. Penilaian tentang arti kultural dari media massa harus ditangguhkan sebelum diteliti lebih dahulu orientasi khalayak.¹⁹

Dasar dari asumsi teori *uses and gratification* adalah audiens diklaim menjadi pihak yang aktif terlibat didalam penggunaan media. Kemudian fokusnya bukan lagi tentang apa yang dilakukan media terhadap audiens, justru terhadap harapan atau pencarian yang mendasari audiens menggunakan media, serta sejauh mana harapan dan pencarian

¹⁹ Winda Hardyanti, "Diskrepansi Kepuasan Pembaca Media Online Islam: Studi Komparatif Kesenjangan Kepuasan Membaca Situs eramuslim.com di Kalangan Dosen dan Mahasiswa di Malang", *Jurnal Sospol*, vol. 3, no. 1, (Januari-Juni 2017), 187.

audiens dapat terpenuhi. Pada konteks tersebut, audiens dianggap sebagai agensi aktif yang memiliki literasi di media dengan baik dan juga paham tentang harapan dan kepuasan yang diharapkan.²⁰

Berdasarkan *Rossengren* dalam Jurnal Komunikasi menyatakan bahwa terpaan suatu media dapat dioperasionalkan menjadi akumulasi durasi waktu yang dipergunakan untuk memilih beberapa jenis media dan mengonsumsi isi media, lalu dipandang korelasi antara individu yang mengonsumsi media dengan isi pesan media yang dikonsumsi atau dengan media secara keseluruhan. Prevalensi audiens berdasarkan media yang dianggap bisa memenuhi kebutuhannya.²¹

Kebutuhan (*uses*) dan terpenuhinya kebutuhan (*gratification*) audien terhadap media di kembangkan oleh *McQuail, Blumer dan Brown*, yang menggabungkan konsep hubungan personal dan interaksi sosial seperti berikut:

1) Pengawasan (*Surveillance*)

Kebutuhan yang di harapkan dari audiens ketika mengonsumsi ialah menerima informasi baik berupa pengetahuan maupun berita yang secara langsung ataupun tidak sebagai referensi audiens untuk memiliki kesadaran atau pengawasan akan lingkungannya.

2) Identitas Pribadi

Motif mengonsumsi media untuk memperoleh legitimasi atau penguatan akan nilai-nilai yang diyakini audiens, pencarian referensi personal,

²⁰ Pupung Arifin, "Persaingan Tujuh Portal Berita Online Indonesia berdasarkan Analisis Uses and Gratifications", *Jurnal Ilmu Komunikasi*, vol. 10, no. 2, Desember 2013, 199.

²¹ Ibid.

dan eksplorasi realitas. Misalnya pilihan dalam memilih produk, audiens akan merasa tidak sia-sia dalam mengeluarkan biaya untuk membeli sebuah produk, karena iklan produk tersebut di media massa, membuat audiens merasa yakin bahwa produk tersebut memang baik adanya dan layak untuk dimiliki.

3) Hubungan Personal dan Interaksi Sosial

Audiens memperoleh rasa perkawanan yang ditawarkan media dan manfaat sosial lainnya. Fungsi ini lebih melihat hubungan antara audiens dengan lingkungan, termasuk bagaimana sinergi antara dirinya dalam sistem sosial.

4) Pengalihan (*Diversion*)

Pelarian dari batas-batas rutinitas, beban masalah, dan pelepasan emosi. Motif hiburan menjadi salah satu poin yang ada dalam konsep keempat ini. Audiens mengonsumsi media sebagai ajang untuk leisure dan mengisi waktu luang. Kepuasan khalayak setelah menggunakan media kemudian harus dapat diukur.

Mowen dan Minor mendefinisikan kepuasan konsumen (*consumer satisfaction*) adalah keseluruhan sikap yang ditunjukkan konsumen atas barang dan jasa, setelah mereka memperoleh dan menggunakannya. Ukuran kepuasan tersebut kemudian jamak disebut *Gratification Sought* (GS) dan *Gratification Obtained* (GO). *Gratification Sought* adalah motif atau harapan individu khalayak dalam menggunakan media tertentu.

Gratification Obtained adalah sejumlah kepuasan nyata yang diperoleh individu atas

terpenuhinya kebutuhan-kebutuhan tertentu setelah individu tersebut menggunakan media. Teori *uses and gratifications* menunjukkan yang menjadi permasalahan utama bukan media mengubah sikap dan perilaku khalayak, tetapi bagaimana memenuhi kebutuhan pribadi dan sosial khalayak. Jadi fokusnya khalayak aktif menggunakan media untuk mencapai tujuan khusus. Model ini menentukan fungsi komunikasi dalam melayani khalayak.

Riset *uses and gratifications* berangkat dari pandangan bahwa komunikasi tidak mempunyai kekuatan dalam memengaruhi khalayak. Inti teori *uses and gratifications* adalah khalayak yang menggunakan media massa berdasarkan motif-motif tertentu. Media berusaha memenuhi motif-motif khalayak, jika motif terpenuhi maka kebutuhan khalayak akan terpenuhi. Pada akhirnya, media yang mampu memenuhi kebutuhan khalayak disebut media efektif.²²

Banyak penelitian terakhir dari *Uses and Gratification* telah difokuskan dan media tradisional lainnya. Berfokus pada media sosial adalah penting karena kita perlu memahami apa yang memotivasi pengguna untuk beralih dari satu alat untuk yang lain.²³

²² Riyanto, “Efektivitas Media Internet Terhadap Kepuasan Khalayak Media”, *Jurnal Komunikasi*, vol. 2, no. 1, 2017, 64-65.

²³ Anggi Pradita, “Tingkat Kepuasan Mahasiswa Dalam Menggunakan Media Sosial Snapchat Di Pekanbaru”, *JOM FISIP*, vol. 4, no.2, (Oktober 2017), 5.

Berikut beberapa pengertian mengenai istilah-istilah yang dipakai dalam penelitian ini:

a) Efektivitas

Efektivitas berasal dari kata dasar efektif. Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, kata efektif mempunyai arti efek, pengaruh, akibat atau dapat membawa hasil. Jadi, efektivitas adalah keaktifan, daya guna, adanya kesesuaian dalam suatu kegiatan orang yang melaksanakan tugas dengan sasaran yang ditujuh. Efektivitas pada dasarnya tertuju pada taraf tercapainya hasil, sering atau senantiasa dikaitkan dengan pengertian efisien, meskipun sebenarnya ada perbedaan diantara keduanya. Istilah efektivitas atau keefektifan merupakan terjemahan dari istilah Bahasa Inggris “effectifines” yang dalam kamus Bahasa Indonesia diartikan dengan keberhasilan.

Efektivitas merupakan suatu ukuran yang menyatakan seberapa jauh target (kuantitas, kualitas, dan waktu) telah tercapai. Semakin besar persentase yang dicapai, maka semakin tinggi efektivitasnya. Pendapat lain dari Handoko, Efektivitas adalah hasil yang dicapai pekerja dibandingkan jumlah hasil produksi lain dengan jangka waktu tertentu. Indikator efektivitas dilihat dari beberapa segi kriteria efektivitas, sebagai berikut:

(1) Ketepatan waktu

Waktu merupakan sesuatu yang dapat menentukan keberhasilan suatu kegiatan yang dilakukan di sebuah organisasi, namun juga dapat berakibat pada kegagalan suatu aktivitas organisasi. Penggunaan waktu yang tepat akan menciptakan efektivitas pencapaian tujuan yang telah ditetapkan sebelumnya.

(2) Ketepatan perhitungan biaya

Berkaitan dengan ketepatan dalam pemanfaatan biaya, dalam arti tidak mengalami kekurangan juga sebaliknya tidak mengalami kelebihan pembiayaan sampai suatu kegiatan dapat dilaksanakan dan diselesaikan dengan baik. Ketepatan dalam menetapkan satuan-satuan biaya merupakan bagian daripada efektivitas.

(3) Ketepatan dalam pengukuran

Dengan ketepatan ukuran sebagaimana yang telah ditetapkan sebelumnya sebenarnya merupakan gambaran daripada efektivitas kegiatan yang menjadi tanggung jawab dalam sebuah organisasi.²⁴

b) Media Sosial

Media sosial adalah sebuah media daring dengan penggunaanya bisa dengan mudah berpartisipasi, berbagi dan menciptakan isi blog, jejaring sosial, wiki, forum dan dunia virtual. Blog, jejaring sosial dan wiki merupakan bentuk media sosial yang paling umum digunakan oleh masyarakat di seluruh dunia. Andreas Kaplan dan Michael Haenlein mendefinisikan media sosial sebagai sebuah kelompok aplikasi berbasis internet yang dibangun di atas dasar ideologi dan teknologi Web 2.0 dan memungkinkan penciptaan dan pertukaran user-generated content.

Alasan-alasan masyarakat menggunakan media adalah sebagai berikut:

²⁴ Gary Jonathan Mingkid, dkk, “Efektivitas Penggunaan Dana Desa Dalam Peningkatan Pembangunan (Suatu Studi Di Desa Watutumou Dua Kecamatan Kalawat Kabupaten Minahasa Utara)”, *Jurnal Jurusan Ilmu Pemerintahan*, vol. 2, no.2, (2017), 3.

- (1) Informasi (Information), untuk mencari berita tentang peristiwa dan kondisi yang berkaitan dengan lingkungan terdekat, masyarakat dan dunia.
- (2) Mencari bimbingan menyangkut berbagai masalah praktis, pendapat, dan hal-hal lain berkaitan dengan penentuan pilihan
- (3) Memuaskan rasa ingin tahu dan minat umum
- (4) Belajar, pendidikan diri sendiri
- (5) Memperoleh rasa damai melalui penambahan pengetahuan.

c) Aplikasi TikTok Sebagai Media Penyebaran Pesan Dakwah

Aplikasi TikTok merupakan aplikasi yang dimana para penggunanya dapat membuat dan menyebarkan beragam video berdurasi pendek dalam format secara vertikal, yang dimainkan hanya dengan men-*scroll* layar ke atas maupun ke bawah. Aplikasi ini berasal dari Cina, dan diluncurkan pada bulan September 2016 oleh Zhang Yiming.²⁵

Selain itu, TikTok juga dikenal sebagai Douyin, sebuah video pendek *vibrato*²⁶ Aplikasi ini banyak digemari oleh para remaja, anak kecil, bahkan sampai pada orang dewasa yang merasa membutuhkan hiburan. Terdapat banyak sekali fitur-fitur yang dapat digunakan ketika mengakses aplikasi TikTok, antara lain: upload video, edit

²⁵ https://elibrary.unikom.ac.id/id/eprint/2048/13/UNIKOM_Yuliani%20Res%20Fauziah_Jurnal.pdf. Diambil pada tanggal 13 Maret 2022, pukul 02.04 WIB.

²⁶ <https://pojoksosmed.com/tiktok/tik-tok-adalah/>. Diakses pada tanggal 12 Maret 2022, pukul 04.43 WIB.

video, penambahan musik, filter video, efek suara, fyp, stitch, tagar duet dan lain sebagainya.

Pada penggunaannya, aplikasi Tik Tok memiliki muatan positif, misalnya sebagai ajang hiburan, satu seni, mengimplementasikan dan mengeksistensi diri untuk memberikan kepuasan bagi dirinya sendiri maupun orang lain. Selain itu dengan menggunakan aplikasi Tik Tok penggunaannya dapat mengeluarkan kreativitas dan bakat yang dimiliki misalnya seperti bernyanyi, dubbing, membuat konten-konten seru yang unik sampai dapat menjadikan seorang sebagai influencer seperti artis, selebgram, youtuber serta dapat dijadikan sebagai media penyebaran pesan dakwah.

Melihat perkembangan teknologi yang semakin canggih dan hadirnya sosial media terutama aplikasi Tik Tok yang menjadi salah satu wadah menerima dan menyebarkan informasi, sehingga terjadilah pergeseran cara mengetahui, membaca, dan berbagi cerita. Tentunya menjadi suatu tantangan baru bagi para da'i yang biasanya menyampaikan dakwah secara tradisional yakni dari tempat satu ke tempat yang lain.²⁷

Aplikasi Tik Tok telah menarik perhatian banyak kalangan dalam bidang dakwah untuk berdakwah pada aplikasi tersebut. Mulai dari ulama-ulama yang sudah memiliki ilmu yang luar biasa hingga munculnya para da'i baru dari kalangan muda. Hal ini dapat semakin menarik perhatian para audiens agar lebih bisa menerima pesan dakwah yang

²⁷ Yulia Nafa Fitri Randani, dkk, "Strategi Pemanfaatan Aplikasi Tik Tok Sebagai Media Dakwah Untuk Kaum Millennial", *Jurnal Mahasiswa FIAI-UH at-Thullab*, vol.3, no. 1, (Agustus-Januari 2021), 572.

disampaikan para da'i dikarenakan melalui aplikasi TikTok pesan dakwah menjadi lebih unik dan spesial.

2. Paradigma Penelitian

Paradigma merupakan seperangkat konsep yang berhubungan satu sama lain secara logis dan membentuk sebuah kerangka pemikiran yang berfungsi untuk memahami, menafsirkan serta mengungkapkan kenyataan dan/atau masalah yang dihadapi.²⁸ Paradigma yang dipergunakan dalam penelitian ini adalah paradigma positivistik dikarenakan penelitian ini adalah penelitian kuantitatif. Paradigma positivisme memandang gejala/fenomena yang dapat diklasifikasikan, relatif tetap, konkrit, teramati, terukur, dan hubungan gejala bersifat sebab akibat.

Paradigma Postivisme ini dikemukakan oleh Auguste Comte. Comte merupakan tokoh yang hidup pada era Revolusi Perancis. Gejolak dan problem sosial yang dialami dari revolusi Perancis memberikan motivasi bagi Comte sebagai seseorang yang berlatar belakang sains yaitu matematika dan fisika untuk menawarkan solusi untuk mengatasi problematika sosial tersebut. Comte bermaksud untuk memperbaiki kualitas sosial dengan berbagai gagasan dan pemikirannya dengan menggunakan pendekatan sains. Gagasan dan pemikirannya tersebut memberikan alternatif dan solusi ilmiah filosofis dengan mengembangkan epistemologi dan

²⁸ <https://dspace.uin.ac.id/bitstream/handle/123456789/17795/05.3%20bab%203.pdf?sequence=7&isAllowed=y>. Diambil pada tanggal 12 Maret 2022, pukul 01.36 WIB.

metodologi yang tercermin di dalam aliran Positivisme.

Penelitian kuantitatif yang berlandaskan pada paham empirisme positivisme melihat bahwa kebenaran berada dalam fakta-fakta yang dapat dibuktikan atau diuji secara empiris. Penelitian ini mengelaborasi tiga poin penting untuk mendapatkan pemahaman yang lebih mendalam. Poin yang pertama adalah menjelaskan fenomena atau gejala yang terjadi sebagai gambaran akan keingintahuan dan keinginan untuk mendapat pemahaman mengenai suatu kondisi atau kejadian. Poin kedua adalah penggunaan jenis data numerik atau data dalam bentuk angka-angka sebagai bahan utama untuk melakukan analisis. Poin ketiga adalah menggunakan statistik dalam melakukan analisis. Prosedur pelaksanaan penelitian kuantitatif amat ketat karena umumnya penelitian ini dilakukan untuk memverifikasi sebuah teori melalui pengujian hipotesis yang sejak awal sudah ditentukan dengan mengacu pada kerangka teori tertentu.²⁹

3. Hipotesis Penelitian

Hipotesis berasal dari kata *hypo* yang mempunyai arti “di bawah” dan *thesa* yang artinya “kebenaran”. Hipotesis merupakan jawaban sementara yang kebenrannya masih harus diuji. Hipotesis adalah proposisi yang diuji keberlakuannya atau sebuah jawaban sementara dari pertanyaan penelitian.³⁰ Berdasarkan penelitian yang

²⁹ <https://core.ac.uk/download/pdf/270123406.pdf>. Diakses pada tanggal 13 Maret 2022 pukul 01.42 WIB.

³⁰ Nanang Martono, *Statistik Sosial Teori dan Aplikasi Program SPSS* (Yogyakarta : Gava Media, 2010), 25.

akan dilakukan, peneliti mengemukakan hipotesis sebagai berikut :

- a) H_1 : Terdapat efektivitas media sosial TikTok dalam penyebaran pesan dakwah bagi remaja Desa Kesamben
- b) H_0 : Tidak terdapat efektivitas media sosial TikTok dalam penyebaran pesan dakwah bagi remaja Desa Kesamben.



BAB III METODE PENELITIAN

A. Pendekatan dan Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian kuantitatif. Di katakan kuantitatif karena data penelitian berupa angka-angka dan kemudian di analisis menggunakan statistik. Metode ini digunakan apabila terdapat penyimpangan antara yang seharusnya terjadi, antara teori dan praktek, rencana dan pelaksanaan.

Instrumen dalam penelitian ini adalah angket (kuesioner). Tujuannya yaitu untuk mencari informasi yang lengkap mengenai suatu permasalahan dari responden. Kelebihan dari penggunaan angket ini adalah

lebih mudah mendapatkan informasi dari responden secara terpencar, lebih membutuhkan waktu yang sedikit dan tepat dalam jumlah sampel untuk jumlah yang banyak.

B. Lokasi Penelitian

Lokasi dari penelitian ini adalah di Desa Kesamben Kecamatan Ngoro Kabupaten Jombang dan tujuan utamanya adalah informan/responden remaja yang berusia 18-24 tahun yang menggunakan aplikasi TikTok.

C. Populasi, Sampel dan Teknik Sampling

Pada saat akan melakukan penelitian, setiap peneliti pasti akan banyak membutuhkan individu-individu yang nantinya sebagai sumber data (responden). Peneliti harus menentukan populasi dan sampel terlebih dahulu.³¹

a) Populasi

Adalah jumlah keseluruhan objek atau subjek yang berada di wilayah tertentu dan memenuhi kriteria tertentu yang berkaitan dengan masalah penelitian, atau jumlah keseluruhan individu yang berada dalam ruang lingkup tertentu yang nantinya akan diteliti.³²

Menurut hasil penelitian pra riset tentang data yang telah diperoleh, populasi yang diambil dari penelitian ini adalah para remaja Desa Kesamben yang berusia 18-24 tahun yaitu sebanyak 266 orang.

b) Sampel

Merupakan bagian dari populasi yang memiliki keadaan tertentu atau ciri-ciri tertentu tentang

³¹ Nanang Martono, *Statistik Sosial Teori dan Aplikasi Program SPSS* (Yogyakarta : Gava Media, 2010), 14.

³² *Ibid*, 15.

sesuatu yang akan diteliti.³³ Untuk penelitian ini, peneliti menggunakan rumus Slovin untuk mengetahui jumlah sampel. Rumus ini digunakan untuk mendapatkan banyaknya sampel dalam survei yang bertujuan untuk mengestimasi proporsi dan ketika tidak mengetahui berapa perkiraan dari proporsi suatu populasi yang merupakan dasar dari perhitungan.

Rumus :

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

n : Ukuran sampel yang akan dicari

N : Ukuran populasi

e : Margin of error, merupakan besaran kesalahan yang diharapkan atau ditetapkan.

Maka, jika dihitung adalah sebagai berikut :

$N = 266$ dan $e = 5\% = 0,05$.

Kemudian, akan dihitung menggunakan rumus slovin.

$$\begin{aligned} n &= \frac{N}{1 + Ne^2} \\ &= \frac{266}{1 + (266)(0,05)^2} \\ &= \frac{266}{1 + (266)(0,0025)} \\ &= \frac{266}{1 + 0,665} \\ &= \frac{266}{1,665} \\ &= 159,75 \end{aligned}$$

³³ *Ibid*, 15.

Dari hasil akhir penghitungan di atas, banyaknya sampel akan digenapkan ke atas sehingga menjadi 160 remaja Desa Kesamben Kecamatan Ngoro Kabupaten Jombang.

c) Teknik Sampling

Untuk menentukan berapa dan siapa saja jumlah sampel yang akan diambil, maka dapat menggunakan beberapa teknik sampling yang merupakan teknik dalam pengambilan sampel.³⁴ Peneliti menggunakan teknik sampling purposive untuk menentukan responden dalam penelitian ini. Teknik sampling purposive adalah cara menentukan responden dengan memilih informan sesuai dengan kriteria dan kebutuhan peneliti dalam penelitian yang akan dilakukan.³⁵ Pada penelitian ini, remaja Desa Kesamben yang berjumlah 160 orang yang akan di pilih random laki-laki dan perempuan. Namun pada pemilihan tersebut, para responden harus memenuhi beberapa kriteria, antara lain :

- 1) Remaja usia 18-24 tahun
- 2) Memiliki handphone
- 3) Pengguna aplikasi TikTok
- 4) Memanfaatkan aplikasi TikTok untuk mengakses info tentang Islam atau konten dakwah.

D. Variabel dan Indikator Penelitian

a) Variabel Penelitian

Variabel bebas (X) = Media Sosial TikTok

³⁴ *Ibid*, 16.

³⁵ Ditha Prasanti, "Penggunaan Media Komunikasi Bagi Remaja Perempuan Dalam Pencarian Informasi Kesehatan", *Jurnal Lontar*, vol. 6, no. 1, Januari-Juni 2018, 17.

Variabel Terikat (Y) = Penyebaran Pesan Dakwah

b) Indikator Variabel

Indikator merupakan sebuah ukuran tidak langsung dari suatu kondisi atau kejadian. Indikator adalah variabel-variabel yang mengindikasikan atau memberi petunjuk tentang suatu keadaan tertentu, yang dapat digunakan untuk mengukur perubahan. Indikator ini menjabarkan suatu variabel agar mudah dipahami, dijelaskan dan diukur. Namun, indikator juga harus sesuai dari variabel yang diukur.

Indikator variabel X

Adapun aspek-aspek yang akan diukur dalam variabel X adalah :

- 1) Tingkat keseringan atau (frekuensi) remaja mengakses aplikasi TikTok
- 2) Aplikasi TikTok mengandung konten pesan dakwah baik pesan verbal maupun visual dalam bentuk video.

Indikator variabel Y

Pengukuran penyebaran pesan dakwah melalui TikTok meliputi :

- 1) Adanya like (suka) yang diberikan di postingan
- 2) Memberikan komentar
- 3) Membagikan konten dakwah kepada teman-teman
- 4) Memahami isi pesan dakwah yang terdapat dalam konten
- 5) Terdapat perubahan sikap dan perilaku setelah menonton konten yang berisi pesan dakwah.

E. Tahap-Tahap Penelitian

Adapun tahap-tahap penelitian dalam penelitian yang berjudul Efektivitas Media Sosial TikTok Dalam Penyebaran Pesan Dakwah Bagi Remaja Desa Kesamben Kecamatan Ngoro Kabupaten Jombang yaitu :

- a) Tahap pertama, menentukan tema yang akan diteliti. Pada penelitian ini yang akan diteliti yaitu keefektifan media sosial TikTok dalam penyebaran pesan dakwah terutama bagi remaja Desa Kesamben. Sehingga, penelitian ini berjudul “Efektivitas Media Sosial TikTok Dalam Penyebaran Pesan Dakwah Bagi Remaja Desa Kesamben Kecamatan Ngoro Kabupaten Jombang”.
- b) Tahap kedua, menentukan populasi dan sampel yang dijadikan responden ketika penelitian. Setelah itu menentukan teknik perhitungan yang akan digunakan dan mengumpulkan berbagai macam data yang relevan dalam penelitian ini melalui angket (kuesioner) dan dokumentasi.
- c) Tahap ketiga, melakukan analisis terhadap hasil angket yang terdapat berbagai data-data yang sudah diperoleh.
- d) Tahap keempat, menuliskan seluruh hasil penelitian yang diperoleh dalam skripsi yang di masukkan kedalam hasil dan pembahasan, pada bagian hasil dan pembahasan ini akan di ketahui apakah media sosial TikTok efektif dalam penyebaran pesan dakwah bagi remaja, kemudian pada bagian akhir ditarik sebuah kesimpulan.

F. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang dilakukan dalam penelitian kuantitatif adalah dengan kuesioner dan dokumentasi.

1. Angket (*Quisioner*)

Merupakan suatu metode atau cara pengumpulan data yang dilakukan dengan memberikan seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk diberikan respon sesuai dengan permintaan peneliti.³⁶ Kuesioner dalam penelitian ini digunakan untuk mengetahui efektivitas media sosial TikTok dalam penyebaran pesan dakwah, yang terdiri dari beberapa pertanyaan yang diberikan kepada remaja Desa Kesamben melalui angket online yang berupa google form yang berjumlah 160 orang dan sudah memenuhi kriteria yang telah di tentukan.

Kisi-kisi pertanyaan:

Variabel X

Indikator 1: Tingkat keseringan (frekuensi), 2 soal (nomor 1 dan 2)

Indikator 2 : Konten pesan dakwah , 3 soal (nomor 3, 4 dan 5)

Indikator 3: Memberikan like (suka), 2 soal (nomor 6 dan 7)

Indikator 4: Memberikan komentar, 2 soal (nomor 8 dan 9)

Variabel Y

Indikator 3: Membagikan konten kepada teman-teman, 2 soal nomor 10 dan 11)

³⁶ Puji Purnomo dan Maria Sekar Palupi, “Pengembangan Tes Hasil Belajar Matematika Materi Menyelesaikan Masalah Yang Berkaitan Dengan Waktu, Jarak dan Kecepatan Untuk SIsya Kelas V “, *Jurnal Penelitian (Edisi Khusus PGSD)*, vol. 20, no. 2, Desember 2016, 153.

Indikator 4 : Memahami isi pesan dakwah, 2 soal (nomor 12 dan 13)

Indikator 5: Terdapat perubahan sikap dan perilaku, 2 soal (nomor 14 dan 15).

2. Dokumentasi

Merupakan metode yang digunakan untuk mendapatkan data yang tidak diperoleh dalam metode kuesioner, yang berupa data keterangan dan penjelasan serta pemikiran tentang fenomena yang aktual. Hal ini berupa dokumen, arsip, catatan-catatan dan data-data jumlah warga serta data para remaja di Desa Kesamben yang berusia 18-24 tahun.

Sebelum instrumen digunakan untuk melaksanakan penelitian, maka instrumen tersebut harus diujicobakan terlebih dahulu kepada sejumlah responden yang telah ditetapkan untuk menguji validitasnya. Jika suatu instrumen sudah valid, maka peneliti siap menggunakan angketnya untuk penelitian. Setelah kuesioner (angket) diberikan kepada responden, kemudian di kembalikan oleh peneliti untuk dilakukan pengolahan data. Adapun yang dilakukan untuk pengolahan data adalah:

1. *Editing*, yaitu proses penyesuaian dan pengecekan yang diperoleh terhadap data penelitian untuk mempermudah dalam pemrosesan data dengan menggunakan teknik statistik.
2. *Coding*, adalah suatu kegiatan pemberian tanda yang berupa angka pada jawaban yang berasal dari kuesioner (angket) yang kemudian dimasukkan ke dalam kategori yang sama. Dengan tujuan menyederhanakan jawaban.
3. *Scoring*, ialah mengubah data yang bersifat kualitatif kedalam bentuk kuantitatif. Dengan menggunakan angket diukur dengan menggunakan

skala 1-5. Dalam penentuan skor ini digunakan skala likert dengan lima kategori penilaian, yaitu skor 5 diberikan untuk jawaban sangat setuju (SS), skor 4 diberikan untuk jawaban setuju (S), skor 3 diberikan untuk jawaban kurang setuju (KS), Skor 2 diberikan untuk jawaban tidak setuju (TS), dan Skor 1 diberikan untuk jawaban sangat tidak setuju (STS).

4. *Tabulating*, merupakan penyajian data-data yang telah diperoleh ke dalam tabel, sehingga diharapkan pembaca dapat melihat hasil penelitian dengan jelas dan dapat dipahami. Setelah proses tabulating telah selesai dilakukan, selanjutnya yaitu mengolah data dengan menggunakan program SPSS versi 22.

G. Teknik Validitas dan Reliabilitas Instrumen Penelitian

1. Validitas Instrumen Penelitian

Sebelum instrumen penelitian digunakan untuk mengumpulkan data perlu dilakukan pengujian validitas. Hal ini digunakan untuk mendapatkan data yang valid dari instrument yang valid. Sebuah instrumen dikatakan valid apabila instrumen itu mampu mengukur apa yang hendak diukur. Untuk menghitung validitas digunakan rumus korelasi product moment.

Rumus :

$$r_{xy} = \frac{N \cdot \Sigma XY - (\Sigma X) \cdot (\Sigma Y)}{\sqrt{\{N \cdot \Sigma X^2 - (\Sigma X)^2\} \{N \cdot \Sigma Y^2 - (\Sigma Y)^2\}}}$$

Keterangan :

r_{xy} : koefisien korelasi antara variabel x dan y

- ΣXY : jumlah hasil kali skor x dan y
- ΣX : jumlah skor x
- ΣY : jumlah skor y
- N : jumlah responden

Kriteria nilai r_{xy} adalah sebagai berikut :

- $0,00 < r_{xy} \leq 0,20$ sangat rendah
- $0,20 < r_{xy} \leq 0,40$ rendah
- $0,40 < r_{xy} \leq 0,60$ cukup
- $0,60 < r_{xy} \leq 0,80$ tinggi
- $0,80 < r_{xy} \leq 1,00$ sangat tinggi

Uji validitas penelitian ini menggunakan rumus *product moment*, perhitungan yang dilakukan dengan menggunakan aplikasi SPSS versi 22 (Statistical Package for the Social Sciences). Pengambilan keputusan apakah valid atau tidak valid yaitu dengan membandingkan nilai r_{hitung} dengan nilai r_{tabel} .

Setelah dilakukan uji validitas dengan menggunakan bantuan program SPSS versi 22, maka didapatkan hasil sebagai berikut:

Tabel 3.1

No. Item	r_{hitung}	r_{tabel} (5%)	Kriteria
1	0,703	0,514	Valid
2	0,748	0,514	Valid
3	0,668	0,514	Valid
4	0,828	0,514	Valid
5	0,742	0,514	Valid
6	0,772	0,514	Valid
7	0,708	0,514	Valid

8	0,82	0,514	Valid
9	0,546	0,514	Valid
10	0,732	0,514	Valid
11	0,749	0,514	Valid
12	0,596	0,514	Valid
13	0,569	0,514	Valid
14	0,753	0,514	Valid
15	0,627	0,514	Valid

Sumber : olahan data SPSS versi 22

Peneliti melakukan uji instrument yang diambil dari sampel sebanyak 15 responden. Item pertanyaan dalam angket dinyatakan valid jika $r_{hitung} > r_{tabel}$ pada taraf signifikansi 5%. Untuk mengetahui nilai r_{tabel} , berikut adalah tabel distribusi nilai signifikansi 5%.

Gambar 3.1

UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

**Distribusi Nilai r_{tabel}
Signifikansi 5% dan 1%**

N	The Level of Significance		N	The Level of Significance	
	5%	1%		5%	1%
3	0.997	0.999	38	0.320	0.413
4	0.950	0.990	39	0.316	0.408
5	0.878	0.959	40	0.312	0.403
6	0.811	0.917	41	0.308	0.398
7	0.754	0.874	42	0.304	0.393
8	0.707	0.834	43	0.301	0.389
9	0.666	0.798	44	0.297	0.384
10	0.632	0.765	45	0.294	0.380
11	0.602	0.735	46	0.291	0.376
12	0.576	0.708	47	0.288	0.372
13	0.553	0.684	48	0.284	0.368
14	0.533	0.661	49	0.281	0.364
15	0.514	0.641	50	0.279	0.361
16	0.497	0.623	55	0.266	0.345
17	0.482	0.606	60	0.254	0.330
18	0.468	0.590	65	0.244	0.317
19	0.456	0.575	70	0.235	0.306
20	0.444	0.561	75	0.227	0.296
21	0.433	0.549	80	0.220	0.286
22	0.432	0.537	85	0.213	0.278
23	0.413	0.526	90	0.207	0.267
24	0.404	0.515	95	0.202	0.263
25	0.396	0.505	100	0.195	0.256
26	0.388	0.496	125	0.176	0.230
27	0.381	0.487	150	0.159	0.210
28	0.374	0.478	175	0.148	0.194
29	0.367	0.470	200	0.138	0.181
30	0.361	0.463	300	0.113	0.148
31	0.355	0.456	400	0.098	0.128
32	0.349	0.449	500	0.088	0.115
33	0.344	0.442	600	0.080	0.105
34	0.339	0.436	700	0.074	0.097
35	0.334	0.430	800	0.070	0.091
36	0.329	0.424	900	0.065	0.086
37	0.325	0.418	1000	0.062	0.081

Karena jumlah responden dalam instrument ini adalah 15 orang, maka nilai $N=15$ dan diperoleh nilai r_{tabel} sebesar 0,514. Berdasarkan hasil uji validitas diatas, semua item dikatakan valid sehingga dapat dilanjutkan ke uji reliabilitas.

2. Teknik Reliabilitas Penelitian

Instrumen yang reliabel adalah instrumen yang bila digunakan beberapa kali untuk mengukur obyek yang sama akan menghasilkan data yang sama. Sebuah tes dapat dikatakan reliabilitas atau mempunyai taraf kepercayaan yang tinggi, jika tes tersebut dapat memberikan hasil yang tetap artinya apabila tes tersebut kemudian dikenakan pada

sejumlah subyek yang sama pada waktu yang berbeda, maka hasilnya akan tetap sama. Hasil dari uji statistic *Cronbach Alpha* (α) akan menentukan instrumen yang digunakan dalam penelitian ini reliabel digunakan atau tidak.

- a) Menghitung jumlah dari setiap item dengan rumus :

$$\sigma_n^2 = \frac{\sum X^2 - \frac{(\sum X)^2}{N}}{N}$$

Keterangan :

- σ_n^2 : harga varians tiap item
 $\sum X^2$: jumlah kuadrat jawaban responden
 $(\sum X)^2$: kuadrat skor seluruh responden
 N : jumlah responden

- b) Mencari harga varians total dengan rumus

$$\sigma_t^2 = \frac{\sum Y^2 - \frac{(\sum Y)^2}{N}}{N}$$

Keterangan :

- σ_t^2 : varians total
 $\sum Y^2$: Jumlah kuadrat jawaban total tiap responden
 $(\sum Y)^2$: Jumlah kuadrat skor total tiap responden
 N : jumlah responden

- c) Menghitung reliabilitas instrument dengan menggunakan rumus Cronbach Alpa :

$$r_{11} = \left(\frac{k}{k-1} \right) \left(\frac{Vt - \sum \sigma_b^2}{\sigma^2 t} \right)$$

Keterangan :

- r_{11} : reliabilitas angket
- k : banyaknya item/butir angket
- $\Sigma\sigma_b^2$: harga varian item
- σ^2t : harga varian total

Kriteria r_{11} adalah sebagai berikut:

- $0,00 < r_{11} \leq 0,20$ sangat rendah
- $0,20 < r_{11} \leq 0,40$ rendah
- $0,40 < r_{11} \leq 0,60$ cukup
- $0,60 < r_{11} \leq 0,80$ tinggi
- $0,80 < r_{11} \leq 1,00$ sangat tinggi

Peneliti menggunakan aplikasi SPSS versi 22 dalam menghitung apakah pertanyaan yang digunakan dalam penelitian reliabel atau tidak.

Pengukuran reliabilitas dilakukan dengan cara pengukuran sekali saja menggunakan alat bantu SPSS dengan uji statistik Cronbach Alpha. Suatu variabel dikatakan reliabel jika memberikan nilai Cronbach Alpha > 0.60 .

Tabel 3.2

Reliability Statistics³⁷

Cronbach's Alpha	N of Items
,916	15

UIN SU
S U R A B A Y A

Berdasarkan hasil uji reliabilitas diatas bahwa data yang diperoleh adalah reliabel atau konsisten untuk digunakan dalam penelitian dengan angka 0,916. Yang artinya data hasil uji

³⁷ Sumber Data Olahan Aplikasi SPSS versi 22.

coba angket boleh disebarakan ke seluruh responden untuk diisi.

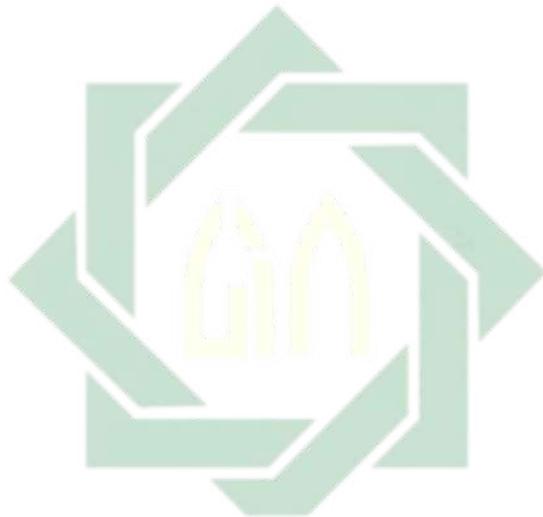
H. Teknik Analisis Data

Analisis data adalah proses mencari dan menyusun data secara sistematis yang diperoleh dari hasil wawancara, catatan, serta dokumentasi. Data yang telah terkumpul selanjutnya diolah dan kemudian dianalisis. Tujuan dari analisis datanya adalah untuk menyederhanakan data kedalam bentuk yang mudah dibaca dan diinterpretasikan. Analisis data juga merupakan langkah yang paling menentukan dalam penelitian karena analisis data berfungsi untuk menyimpulkan hasil penelitian.

Pada penelitian ini analisis data yang akan peneliti gunakan adalah menggunakan *Regresi Non Linear* dengan model kuadrat. Analisis ini digunakan untuk mengetahui pola yang ada dalam variabel bebas dan variabel terikat. Regresi non linear model kuadrat merupakan hubungan antara dua peubah yang terdiri dari variabel dependen (Y) dan variabel independen (X) sehingga akan diperoleh suatu kurva yang membentuk garis lengkung menaik ($\beta_2 > 0$) atau menurun ($\beta_2 < 0$). Bentuk persamaan matematis model kuadrat secara umum menurut Steel dan Torrie adalah:

$$Y = \beta_0 + \beta_1 X + \beta_2 X^2$$

Analisis data ini digunakan untuk uji hipotesis variabel X dan variabel Y. Perhitungan akan dilakukan dengan bantuan aplikasi SPSS versi 22.



UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Deskripsi Umum Objek Penelitian

1. Deskripsi Singkat Desa Kesamben

Desa Kesamben merupakan salah satu desa yang berada di Kabupaten Jombang yang terletak di kecamatan Ngoro. Secara geografis, batas-batas wilayah desa Kesamben adalah sebelah utara berbatasan dengan desa Sugihwaras, sebelah selatan berbatasan dengan desa Sidowarek, sebelah Timur berbatasan dengan desa Kertorejo, dan sebelah Barat berbatasan dengan desa Gajah. Terdapat 8 Dusun yang ada di Desa Kesamben, antara lain: Magoan, Delik, Kesamben, Tugu, Padar Kidul, Padar Lor, Sumberbeji, dan Ngendut. Ada 34 RT dan 15 RW yang ada di Desa Kesamben. Jarak antara pusat kota Kabupaten Jombang dengan Desa Kesamben adalah sekitar 15 km.

Desa Kesamben memiliki luas wilayah 3.24 km² yang digunakan untuk berbagai kepentingan seperti pemukiman penduduk, lahan perkebunan, persawahan dan lain-lain. Desa Kesamben termasuk desa yang masyarakatnya rata-rata sebagai petani. Desa Kesamben termasuk desa yang agamis, hal ini dibuktikan dengan banyaknya masjid dan musholla yang tersebar di berbagai dusun.³⁸

2. Deskripsi Remaja Desa Kesamben

Masa remaja merupakan masa peralihan dari anak-anak menuju dewasa. Hal ini menunjukkan perkembangan baik secara fisik maupun mental. Masa remaja awal memiliki rentang usia antara 12-15 tahun, remaja pertengahan 15-18 tahun, dan remaja akhir memiliki rentang usia antara 18-21 tahun. Masa remaja merupakan masa perkembangan yang akan dilewati oleh individu. Sedangkan masa

³⁸ Sumber : Dokumen Desa Kesamben Ngoro Jombang.

perkembangan remaja adalah masa ketika mencapai kematangan mental, emosional, sosial, fisik, yang merupakan periode perkembangan individu pada masa peralihan dari masa anak-anak menuju dewasa.

Hal ini mengakibatkan perbedaan karakteristik antara satu dengan yang lain. Perubahan baik secara fisik maupun psikis serta kehidupan sosial yang mendatangkan berbagai persoalan dan tantangan. Pada umumnya remaja memiliki rasa ingin tahu yang tinggi, karena itu remaja cenderung ingin berpetualang menjelajah sesuatu dan mencoba sesuatu yang belum pernah dialaminya. Selain itu didorong juga oleh keinginan seperti orang dewasa.

Masa remaja yang terjadi pada Remaja Desa Kesamben juga seperti remaja pada umumnya. Terdapat perubahan fisik, mental dan emosional yang mengiringi kehidupan sehari-hari. Yang diambil untuk penelitian ini adalah remaja Desa Kesamben yang berusia 18-24 tahun. Dalam segi pendidikan, remaja di usia tersebut yaitu antara kelas IX SMA sampai yang sudah bekerja. Remaja Desa Kesamben dalam menuntut ilmu bersekolah di berbagai sekolah yang ada di Kecamatan Ngoro.

Berikut adalah data jumlah remaja Desa Kesamben yang berusia 18-24 tahun secara keseluruhan:

Tabel 4.1

Desa	Keterangan	Jumlah Remaja
	Kesamben	Populasi

	Sampel	160 remaja
--	--------	------------

Sumber : Data Kantor Desa Kesamben

Peneliti merasa tertarik untuk menjadikan remaja Desa Kesamben Kecamatan Ngoro Kabupaten Jombang sebagai subjek penelitian dikarenakan remaja adalah seseorang yang mudah menerima sesuatu yang baru, tingkat pemahaman akan sesuatu tinggi dan jiwa ingin tahunya kuat.

3. Deskripsi Kegiatan Pengajian Di Desa Kesamben

Kegiatan keagamaan di Desa Kesamben bisa dikatakan sangat rutin, apalagi sebelum adanya virus covid-19. Mulai dari pengajian, diba'an, yasinan, tahlilan atau hanya sekedar tahlilan mingguan yang dilakukan setiap malam jumat. Pada saat ini, adanya virus covid-19 tidak menghilangkan rasa keagamaan yang ada di Desa Kesamben. Masyarakatnya masih melakukan kegiatan keagamaan seperti biasanya dengan tetap mematuhi protokol kesehatan, menjaga jarak dan memakai masker agar tetap bisa melakukan kegiatan rutin yang selalu dilakukan.

Kegiatan keagamaan yang masih sering dilakukan di Desa Kesamben adalah pengajian atau tahlilan. Pengajian biasanya dilakukan ditempat yang berbeda-beda dan dihadiri oleh banyak jamaah. Kegiatan ini terus dikembangkan dan dijalankan dengan rutin sebagai pengingat perilaku dan moral bagi masyarakat dan juga sebagai ajang untuk tetap menjaga silaturahmi antar masyarakat. Kegiatan keagamaan seperti ini tentunya sangat mudah diterima dan merasuk ke dalam masyarakat terutama masyarakat yang ada di Desa. Adanya kegiatan

pengajian juga diharapkan memberikan banyak pengaruh positif bagi kehidupan masyarakat Desa Kesamben dan juga untuk memperluas ilmu keagamaan serta dapat memperkuat keimanan kepada Allah SWT. Isi kegiatan pengajian biasanya adalah membaca shalawat Nabi, membaca do'a untuk orang-orang yang sudah meninggal dan juga terdapat ceramah yang akan diisi oleh para da'i atau kyai yang merupakan acara inti dari pengajian.

Faktor pendukung kegiatan pengajian adalah masyarakat Desa Kesamben yang mayoritasnya beragama Islam, kemudian didukung pula banyaknya kyai atau da'i yang tersebar diberbagai Dusun yang ada di Desa Kesamben. Sedangkan yang menjadi faktor penghambat dalam pelaksanaan pengajian yaitu kurangnya kesadaran diri yang ada pada masyarakat, sering kali ada yang menganggap bahwa pengajian adalah kegiatan yang kurang penting. Di tambah dengan padatnya kegiatan masyarakat untuk mengejar kehidupan dunia yang menjadikan tidak semua masyarakat menghadiri kegiatan pengajian. Meskipun demikian, belum banyak masyarakat yang mengetahui dan sadar akan dampak kegiatan pengajian yang bukan hanya semakin bertambahnya wawasan hablumminallah saja, tetapi hablumminnas juga.

B. Penyajian Data

1. Deskripsi Tentang Responden

Penelitian ini berfokus pada remaja yang ada di lingkungan Desa Kesamben Kecamatan Ngoro

Kabupaten Jombang, yang dimana subjek penelitian ini yang akan dijadikan informan oleh peneliti untuk mendapatkan data yang digunakan sebagai penunjang penelitian. Adapun kriteria yang dijadikan tolak ukur untuk menjadi informan atau responden oleh peneliti adalah sebagai berikut:

- a. Laki-laki dan perempuan yang berada pada usia antara 18-24 tahun.
- b. Orang yang mempunyai smartphone
- c. Pengguna aplikasi TikTok
- d. Memanfaatkan aplikasi TikTok untuk mengakses info tentang dakwah Islam atau konten dakwah.

Untuk menentukan subjek penelitian, peneliti memulai dari tempat tinggal peneliti. Pertama peneliti memulai dari Dusun Padar Lor Rt/Rw. 001/001 yang dimana rumah peneliti berada. Untuk menentukan informan atau responden selanjutnya, peneliti juga membagikan angket penelitian kepada teman-teman dan relasi lainnya dalam bentuk google formulir yang dimana informan tersebut harus tetap memenuhi kriteria yang telah diajukan oleh peneliti. Populasi dalam penelitian ini berjumlah 266 orang. Setelah dihitung menggunakan rumus slovin, kemudian peneliti mendapatkan 160 responden remaja yang memenuhi kriteria dan dapat menjawab setiap pertanyaan yang telah diberikan. Informan atau responden dalam penelitian ini juga diharapkan kedepannya mampu membantu memberikan pernyataan yang sesuai dengan topik penelitian guna mendapatkan data penelitian yang dibutuhkan oleh peneliti.

Dalam kuesioner yang dibagikan berisi 15 pernyataan variabel mengenai efektivitas media sosial TikTok dan intensitas penyebaran pesan dakwah, serta beberapa data responden yang terdiri dari jenis kelamin dan usia.

Tabel 4.2
Jenis Kelamin Responden

	Frequency	Percent
Laki-Laki	84	52,5
Perempuan	76	47,5
Total	160	100,0

Sumber: Olahan Data SPSS versi 22

Berdasarkan tabel 4.2 bahwa dalam penelitian ini didominasi oleh responden laki-laki sebanyak 84 orang dengan presentase 52,5% dan sisanya responden perempuan yaitu dengan jumlah 76 orang dengan presentase 47,5%.

Tabel 4.3
Berdasarkan Usia Responden

	Frequency	Percent
18	23	14,4
19	9	5,6
20	19	11,9
21	21	13,1
22	33	20,6

23	20	12,5
24	35	21,9
Total	160	100,0

Sumber: Olahan Data SPSS versi 22

Dilihat dari tabel 4.3 terdapat jumlah responden terbanyak yaitu berusia 24 tahun dengan jumlah 35 orang yang persentasenya sebanyak 21,9%, kemudian usia 22 tahun berjumlah 33 orang yang persentasenya 20,6%. Dilanjutkan dengan usia 18 tahun sebanyak 23 orang dengan presentase 23 orang, 21 tahun dengan 21 orang yang persentasenya sebanyak 13,1%, 23 tahun sebanyak 20 orang dengan presentase 12,5%, 20 tahun sebanyak 19 orang yang persentasenya 11,9% dan 19 tahun dengan 9 orang yang persentasenya sebanyak 5,6%. Adapun data responden sebagai berikut:

2. Data Jawaban Responden Remaja Desa Kesamben

Tabel 4.4

Data jawaban responden variabel X

No.	X1	X2	X3	X4	X5	X6	X7	X8	X9	X_TOTAL
1	5	5	5	5	4	4	3	3	1	35
2	5	4	3	3	3	5	5	3	3	34
3	3	2	4	4	4	3	3	3	2	28
4	4	4	3	3	3	3	3	2	2	27
5	5	5	5	5	5	4	4	5	1	39
6	4	4	3	4	4	4	4	4	1	32
7	4	4	4	3	4	3	3	3	2	30
8	4	4	3	4	4	3	4	4	4	34

9	4	4	4	3	4	4	5	4	4	36
10	4	4	4	4	4	3	4	3	1	31
11	3	3	3	3	4	2	3	3	2	26
12	4	4	4	5	5	5	5	5	5	42
13	3	3	3	3	3	3	3	3	3	27
14	4	4	4	3	3	4	4	4	2	32
15	3	4	4	4	4	4	4	3	3	33
16	4	4	2	2	2	4	2	2	2	24
17	4	4	4	5	4	2	3	2	2	30
18	3	4	4	5	4	3	4	3	4	34
19	4	4	4	4	3	4	3	2	2	30
20	5	5	5	4	5	4	4	4	3	39
21	3	2	3	3	3	2	2	2	2	22
22	3	4	5	5	5	5	4	2	1	34
23	4	4	4	4	4	4	4	4	2	34
24	4	4	4	4	4	4	4	4	2	34
25	4	4	3	3	3	3	4	3	3	30
26	4	4	3	3	3	3	4	3	3	30
27	4	3	4	4	4	4	4	3	2	32
28	4	4	5	5	4	3	3	3	1	32
29	3	3	5	4	4	4	4	4	2	33
30	3	3	4	4	4	3	3	2	1	27
31	5	5	1	1	1	5	1	1	5	25
32	3	3	3	3	3	3	3	3	3	27
33	4	4	4	3	4	4	3	3	2	31
34	4	5	5	4	4	4	4	3	1	34
35	4	3	3	3	3	3	3	4	2	28
36	4	4	3	4	3	4	3	3	2	30
37	4	4	4	4	4	4	4	4	2	34

38	4	4	3	3	3	4	4	2	2	29
39	3	4	3	4	4	4	3	2	2	29
40	5	5	4	4	4	5	4	4	2	37
41	4	4	4	4	4	4	3	3	2	32
42	4	3	4	4	4	3	3	3	2	30
43	4	4	4	4	4	4	3	4	3	34
44	4	4	3	4	4	4	3	3	3	32
45	4	4	4	4	4	3	3	3	2	31
46	4	3	3	3	4	3	4	4	3	31
47	4	4	3	3	3	3	3	4	3	30
48	4	4	3	3	3	4	3	3	3	30
49	4	4	3	3	3	4	3	4	3	31
50	4	4	3	4	4	3	3	3	3	31
51	4	3	4	4	4	3	3	3	2	30
52	4	4	4	4	3	3	3	3	3	31
53	4	4	3	3	3	4	3	3	2	29
54	5	4	4	4	4	3	3	4	2	33
55	4	4	3	3	3	3	3	3	2	28
56	3	3	3	3	3	3	3	3	2	26
57	4	4	4	4	4	3	3	3	2	31
58	5	4	4	4	3	3	3	3	3	32
59	5	4	3	3	3	3	3	3	2	29
60	5	4	3	3	3	3	3	3	2	29
61	4	4	4	3	3	3	3	4	2	30
62	4	4	3	5	5	4	4	3	2	34
63	3	3	3	3	3	3	3	3	2	26
64	4	3	3	3	3	3	3	3	2	27
65	3	3	3	3	4	3	3	4	2	28
66	3	4	4	4	3	4	3	3	2	30

67	3	4	4	4	3	4	4	4	2	32
68	3	3	3	3	3	3	3	3	2	26
69	4	4	3	3	3	3	3	4	2	29
70	4	4	4	4	4	4	3	3	2	32
71	4	4	4	3	3	4	4	4	3	33
72	5	4	3	3	3	4	4	4	3	33
73	5	5	3	3	3	3	3	3	3	31
74	4	4	3	3	3	3	3	3	2	28
75	3	3	3	3	3	3	3	3	3	27
76	4	4	3	3	3	3	4	4	2	30
77	4	4	3	3	3	3	3	3	3	29
78	5	4	4	4	4	4	4	4	2	35
79	4	4	3	3	3	3	3	3	3	29
80	3	3	3	3	3	3	3	3	3	27
81	4	4	3	4	4	4	3	3	2	31
82	5	4	4	4	4	4	3	4	3	35
83	4	4	3	3	3	3	3	3	3	29
84	4	4	3	3	3	3	3	3	3	29
85	3	3	3	3	3	3	3	3	3	27
86	4	4	3	3	3	3	3	3	3	29
87	4	4	3	3	3	4	4	3	2	30
88	4	4	4	4	4	5	5	4	2	36
89	5	5	4	3	3	3	3	3	2	31
90	4	4	4	3	3	3	3	3	2	29
91	5	4	5	5	5	5	4	4	2	39
92	4	4	4	5	4	5	5	4	3	38
93	3	3	4	4	3	3	4	4	1	29
94	4	3	4	4	4	3	3	2	1	28
95	4	4	3	3	4	3	3	3	2	29

96	4	4	3	3	3	3	3	3	2	28
97	5	5	3	3	3	3	3	3	2	30
98	4	4	3	4	3	3	3	3	3	30
99	4	4	3	4	4	4	4	4	2	33
100	5	5	4	4	4	4	4	4	3	37
101	5	5	3	3	4	5	5	5	2	37
102	4	5	4	4	4	4	4	4	2	35
103	4	4	4	4	4	4	4	4	2	34
104	4	4	4	4	4	4	4	4	3	35
105	5	4	4	4	4	4	3	3	3	34
106	4	4	3	3	3	3	3	3	3	29
107	5	5	3	3	3	3	3	3	2	30
108	4	4	4	4	4	4	4	3	2	33
109	5	5	3	3	3	3	3	3	3	31
110	5	4	4	4	4	3	3	3	3	33
111	4	5	4	3	3	4	3	3	2	31
112	4	4	4	4	4	3	3	3	3	32
113	4	5	3	3	3	3	3	3	3	30
114	5	5	3	3	3	3	3	3	3	31
115	4	4	3	3	3	3	3	3	3	29
116	5	5	4	4	4	4	4	4	3	37
117	4	4	4	4	4	4	4	4	2	34
118	5	4	4	4	4	4	4	3	3	35
119	5	4	4	4	4	4	3	2	2	32
120	4	3	3	4	3	5	2	2	1	27
121	5	5	5	5	5	5	5	3	3	41
122	4	4	4	4	4	3	3	3	3	32
123	5	4	4	4	3	3	3	3	2	31
124	4	5	4	4	4	4	4	4	3	36

125	4	4	5	5	5	3	3	3	3	35
126	4	5	4	4	3	4	3	3	2	32
127	5	5	4	4	4	4	4	3	2	35
128	4	4	4	5	5	4	4	3	2	35
129	4	4	3	3	3	3	3	3	2	28
130	5	5	4	4	4	4	4	4	3	37
131	5	5	3	3	3	3	3	3	2	30
132	4	4	3	3	3	3	3	3	2	28
133	5	5	5	5	5	3	3	3	2	36
134	5	5	3	3	3	5	5	4	2	35
135	4	4	4	4	4	4	3	3	2	32
136	5	5	5	5	5	5	5	5	3	43
137	5	4	4	4	4	4	4	4	3	36
138	5	5	3	4	4	4	4	4	3	36
139	5	4	4	4	4	4	4	4	2	35
140	4	4	4	4	4	4	4	3	2	33
141	4	4	4	4	4	3	3	3	2	31
142	5	4	4	4	4	3	3	3	3	33
143	4	4	4	4	4	4	5	4	2	35
144	5	4	3	3	3	3	3	3	3	30
145	4	4	4	4	3	3	3	3	2	30
146	4	4	4	4	3	4	4	4	3	34
147	4	4	4	3	3	4	4	4	3	33
148	3	4	4	4	4	4	4	4	3	34
149	4	4	4	4	4	4	4	5	3	36
150	4	4	4	3	3	4	5	4	2	33
151	5	4	5	5	5	3	3	3	3	36
152	4	4	3	3	3	3	3	3	2	28
153	5	4	3	3	3	3	3	3	3	30

154	4	5	4	4	4	3	3	3	2	32
155	4	5	3	3	3	3	3	3	3	30
156	4	5	4	4	4	5	4	3	2	35
157	4	5	3	3	3	3	3	3	3	30
158	4	5	4	4	4	4	4	4	2	35
159	4	4	3	3	3	3	4	4	3	31
160	4	5	4	3	3	4	4	4	2	33

Tabel 4.5
Data jawaban responden variabel Y

No.	Y1	Y2	Y3	Y4	Y5	Y6	Y_TOTAL
1	4	5	4	4	5	4	26
2	3	4	4	4	4	4	23
3	2	2	4	4	4	4	20
4	3	3	4	4	4	4	22
5	5	5	5	5	4	5	29
6	3	4	4	4	4	4	23
7	3	3	4	4	4	4	22
8	2	5	4	4	4	5	24
9	3	4	4	3	4	5	23
10	3	4	5	5	4	4	25
11	4	4	4	4	4	3	23
12	5	5	5	5	5	5	30
13	3	3	4	4	4	4	22
14	4	4	5	4	5	4	26
15	3	3	4	4	4	4	22
16	2	2	4	4	4	4	20
17	3	2	4	4	4	4	21
18	4	3	4	4	4	4	23

19	3	3	5	4	4	4	23
20	4	4	4	4	4	4	24
21	3	2	5	5	4	4	23
22	4	5	5	5	5	5	29
23	4	4	4	4	4	5	25
24	4	4	4	4	4	4	24
25	3	2	4	4	4	4	21
26	3	2	4	4	4	4	21
27	3	3	4	4	4	5	23
28	3	3	4	4	4	5	23
29	4	4	4	4	4	4	24
30	4	3	4	4	3	4	22
31	1	1	2	2	2	2	10
32	4	4	4	4	4	4	24
33	3	3	4	4	4	4	22
34	4	4	4	4	5	5	26
35	3	4	3	4	3	4	21
36	3	3	4	4	4	4	22
37	4	4	4	4	4	5	25
38	5	5	4	4	4	4	26
39	3	4	4	4	4	4	23
40	4	4	4	4	4	4	24
41	4	4	4	4	4	4	24
42	3	4	4	4	4	4	23
43	3	4	4	4	4	4	23
44	4	4	4	4	4	4	24
45	3	3	4	4	4	4	22
46	4	4	4	4	4	4	24
47	3	3	4	4	4	4	22

48	3	4	4	4	4	4	23
49	3	4	4	4	4	4	23
50	3	4	4	4	4	4	23
51	3	3	4	4	4	4	22
52	4	4	4	4	4	4	24
53	3	3	5	5	5	5	26
54	3	3	5	5	5	5	26
55	3	3	4	4	4	4	22
56	4	4	4	4	4	4	24
57	3	3	4	4	4	5	23
58	4	3	4	4	4	5	24
59	4	4	4	4	4	4	24
60	3	3	4	4	4	4	22
61	3	3	4	4	5	5	24
62	3	3	4	4	5	5	24
63	3	3	4	4	4	4	22
64	4	4	4	4	5	4	25
65	4	4	3	4	4	4	23
66	3	4	4	4	4	5	24
67	4	4	4	4	4	4	24
68	3	3	4	4	4	4	22
69	3	3	4	4	4	4	22
70	4	3	4	4	5	5	25
71	4	3	4	4	4	4	23
72	3	3	4	4	4	4	22
73	3	3	3	3	3	5	20
74	3	3	4	4	4	4	22
75	3	3	4	4	4	4	22
76	4	4	3	4	4	4	23

77	3	4	4	4	4	4	23
78	4	4	4	4	4	4	24
79	3	3	4	4	4	5	23
80	3	3	4	4	4	5	23
81	3	3	4	4	4	4	22
82	3	3	4	4	4	4	22
83	3	3	4	4	4	4	22
84	3	3	4	4	4	4	22
85	3	3	4	3	4	5	22
86	3	3	4	4	4	4	22
87	3	4	4	4	4	4	23
88	4	5	4	4	4	5	26
89	3	3	4	4	4	4	22
90	3	4	4	4	4	4	23
91	4	4	4	4	5	5	26
92	4	5	5	4	5	5	28
93	3	4	5	4	5	5	26
94	1	1	5	5	5	4	21
95	3	4	4	4	4	4	23
96	3	3	4	4	4	4	22
97	3	3	4	3	4	4	21
98	3	3	3	3	4	4	20
99	4	4	4	4	4	4	24
100	4	4	4	4	4	4	24
101	4	4	4	4	4	4	24
102	3	3	4	4	4	4	22
103	4	4	4	4	4	4	24
104	4	3	4	4	4	4	23
105	4	4	4	4	4	4	24

106	3	3	4	4	4	4	22
107	3	3	4	4	4	4	22
108	4	4	4	4	4	4	24
109	3	3	4	4	4	4	22
110	3	3	4	4	4	4	22
111	3	3	4	4	4	4	22
112	3	3	5	5	5	5	26
113	3	3	4	4	4	4	22
114	3	3	4	4	4	4	22
115	3	3	4	4	4	4	22
116	5	5	4	4	4	4	26
117	4	4	4	4	4	4	24
118	3	3	4	4	5	4	23
119	4	4	4	4	4	4	24
120	2	2	4	4	5	4	21
121	4	4	4	4	4	4	24
122	3	3	4	4	4	4	22
123	4	4	4	4	4	4	24
124	4	4	4	4	4	5	25
125	4	4	4	4	4	5	25
126	3	3	4	4	4	4	22
127	4	4	4	3	5	5	25
128	3	3	4	4	4	4	22
129	3	3	4	4	5	5	24
130	4	4	4	4	4	4	24
131	3	3	4	5	5	5	25
132	3	3	4	4	4	4	22
133	3	3	4	4	5	5	24
134	4	4	4	4	4	4	24

135	4	4	4	4	4	5	25
136	5	5	5	5	5	5	30
137	4	4	4	4	4	4	24
138	4	4	4	4	4	4	24
139	4	3	4	4	5	5	25
140	4	4	4	4	5	5	26
141	4	4	4	5	5	5	27
142	4	5	4	4	5	5	27
143	3	3	4	4	4	4	22
144	3	3	4	4	4	4	22
145	3	4	4	4	4	5	24
146	3	3	5	5	5	5	26
147	3	5	4	5	5	5	27
148	4	4	4	4	4	5	25
149	5	5	5	5	5	5	30
150	4	5	4	4	4	5	26
151	4	4	4	4	4	4	24
152	3	3	4	4	4	4	22
153	3	3	4	4	4	5	23
154	3	3	4	4	4	4	22
155	3	3	4	5	5	4	24
156	3	3	5	5	5	5	26
157	3	3	4	5	5	5	25
158	3	3	4	5	4	4	23
159	4	4	4	4	4	4	24
160	3	3	4	5	5	5	25

C. Analisis Data dan Pembahasan

1. Analisis Deskriptif

Penelitian ini bersifat kuantitatif dimana data yang dihasilkan akan berbentuk angka. Dari data yang didapat dilakukan analisis dengan menggunakan software SPSS versi 22. Penelitian ini memiliki tujuan untuk menganalisis Efektivitas Media Sosial TikTok Dalam Penyebaran Pesan Dakwah. Dengan tujuan yang didasarkan data dikumpulkan dengan kuesioner sebanyak 160 responden pengguna aplikasi TikTok yang sasarannya remaja desa Kesamben yang berusia 18-24 tahun. Penyebaran kuesioner dilakukan secara tertutup melalui google form dengan menggunakan skala *likert* 1-5. Penelitian ini menggunakan 1 variabel independen penyebaran pesan dakwah serta variabel dependen yaitu media sosial TikTok. Kuesioner yang dibuat dengan variabel yang diteliti memiliki 15 item pertanyaan.

Analisis statistik deskriptif adalah statistik yang digunakan dalam menganalisis data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul. Analisis ini bertujuan untuk memberikan gambaran atau mendeskripsikan data dalam variabel yang dilihat dari nilai rata-rata (mean), minimum, maksimum dan standar deviasi. Hasil dan analisis data penelitian didapatkan melalui kegiatan penelitian yang telah dilaksanakan pembagian angket melalui google formulir, dimulai pada tanggal 25 November 2021 – 25 Januari 2022. Sebelum melakukan analisa lebih lanjut terhadap uji hasil hipotesis, perlu dikaji terlebih dahulu statistik deskriptif dari masing-masing variabel penelitian. Berdasarkan hasil analisis SPSS dapat diketahui skor rata-rata (mean), range, serta nilai minimum dan

maksimum dari jawaban subjek terhadap skala ukur penelitian sebagai berikut:

Tabel 4.6
Descriptive Statistics

	N	Minimu m	Maximum	Mean	Std. Deviation
X	160	22	43	31,70	3,476
Y	160	10	30	23,49	2,183
Valid N (listwise)	160				

Berdasarkan tabel di atas menunjukkan bahwa N atau jumlah data setiap variabel yang valid berjumlah 160, dari 160 data sampel variabel X (Media Sosial TikTok), nilai minimum sebesar 22, nilai maksimum sebesar 43, diketahui nilai mean sebesar 31,70, serta nilai standar deviasi sebesar 3,476 yang artinya nilai mean lebih besar dari nilai standar sehingga penyimpangan data yang terjadi rendah maka penyebaran nilainya merata. Variabel Y (Penyebaran Pesan Dakwah) dari 160 buah sampel diketahui bahwa nilai minimum sebesar 10, nilai maksimum sebesar 30, nilai mean sebesar 23,49, serta nilai standar deviasi sebesar 2,183 artinya nilai mean variabel Y lebih besar dari nilai standar deviation sehingga penyimpangan data yang terjadi rendah maka penyebaran nilainya merata.

a. Analisis Deskriptif Penggunaan TikTok Sebagai Media Dakwah

Distribusi frekuensi jawaban dari responden dihitung dengan bantuan aplikasi

SPSS versi 22. Dengan catatan setiap item jawaban akan diberi skor jawaban yaitu: Sangat Tidak Setuju/Tidak Pernah Sama Sekali (skor 1), Tidak Setuju/Tidak Pernah (skor 2), Kurang Setuju/Jarang (skor 3), Setuju/Sering (4) dan Sangat Setuju/Sangat Sering (skor 5).

Tabel 4.7
Remaja sebagai pengguna aplikasi TikTok

	Frekuensi	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
KS/J	22	13,8	13,8	13,8
S/S	96	60,0	60,0	73,8
SS/SS	42	26,3	26,3	100,0
Total	160	100,0	100,0	

Dari tabel di atas menunjukkan bahwa dari 160 orang responden penelitian yaitu terdapat 22 orang responden atau 13,8% jarang menggunakan aplikasi TikTok, 96 orang responden atau 60,0% sering menggunakan aplikasi TikTok dan 42 orang responden sangat sering menggunakan aplikasi TikTok. Jadi dapat disimpulkan bahwa alternatif jawaban yang paling banyak adalah setuju menggunakan aplikasi TikTok sebanyak 96 orang.

Tabel 4.8
Tingkat keseringan remaja mengakses aplikasi TikTok

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
TS	2	1,3	1,3	1,3
KS	21	13,1	13,1	14,4
S	103	64,4	64,4	78,8
SS	34	21,3	21,3	100,0
Total	160	100,0	100,0	

Dari tabel di atas menunjukkan bahwa dari 160 orang responden penelitian yaitu terdapat 2 orang responden atau 1,3% tidak setuju menggunakan aplikasi TikTok setiap hari, 21 orang responden atau 13,1% jarang menggunakan aplikasi TikTok di kesehariannya, 103 orang responden setuju menggunakan aplikasi TikTok untuk sehari-hari, dan 34 orang responden dengan 21,3% sangat setuju menggunakan TikTok setiap hari. Jadi dapat disimpulkan bahwa alternatif jawaban yang paling banyak adalah sering menggunakan aplikasi TikTok setiap hari sebanyak 96 orang.

Tabel 4.9
Remaja mengakses TikTok yang mengandung pesan dakwah

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulati ve Percent
STS	1	,6	,6	,6
TS	1	,6	,6	1,3
KS	69	43,1	43,1	44,4
S	76	47,5	47,5	91,9
SS	13	8,1	8,1	100,0
Total	160	100,0	100,0	

Dari tabel diatas menunjukkan bahwa dari 160 orang responden penelitian yaitu terdapat 1 orang responden atau 0,6% sangat tidak setuju mengakses TikTok yang mengandung pesan dakwah, 1 orang responden atau 0,6% tidak setuju mengakses TikTok yang mengandung pesan dakwah, 69 orang responden atau 43,1% kurang setuju mengakses TikTok yang mengandung pesan dakwah, 76 orang responden dengan 47,5% setuju mengakses TikTok yang mengandung pesan dakwah dan 13 orang responden dengan 8,1% sangat setuju mengakses TikTok yang mengandung pesan dakwah. Jadi dapat disimpulkan bahwa alternatif jawaban yang paling banyak adalah setuju mengakses TikTok yang mengandung pesan dakwah sebanyak 76 orang.

Tabel 4.10
Mengakses konten pesan dakwah berupa kata-kata dan video

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulati ve Percent
STS	1	,6	,6	,6
TS	1	,6	,6	1,3
KS	69	43,1	43,1	44,4
S	73	45,6	45,6	90,0
SS	16	10,0	10,0	100,0
Total	160	100,0	100,0	

Dari tabel diatas menunjukkan bahwa dari 160 orang responden penelitian yaitu terdapat 1 orang responden atau 0,6% sangat tidak setuju mengakses konten pesan dakwah berupa kata-kata dan video, 1 orang responden atau 0,6% tidak setuju mengakses konten pesan dakwah berupa kata-kata dan video, 69 orang responden atau 43,1% kurang setuju mengakses konten pesan dakwah berupa kata-kata dan video, 73 orang responden dengan 45,6% setuju mengakses konten pesan dakwah berupa kata-kata dan video dan 16 orang responden dengan 10,0% sangat setuju mengakses konten pesan dakwah berupa kata-kata dan video. Jadi dapat disimpulkan bahwa alternatif jawaban yang paling banyak adalah setuju mengakses konten pesan dakwah berupa kata-kata dan video sebanyak 73 orang.

Tabel 4.11
Mengakses konten dakwah berupa cuplikan
ceramah/tauisyah

	Frekuensi	Percent	Valid Percent	Cumulatif Percent
STS	1	,6	,6	,6
TS	1	,6	,6	1,3
KS	74	46,3	46,3	47,5
S	72	45,0	45,0	92,5
SS	12	7,5	7,5	100,0
Total	160	100,0	100,0	

Dari tabel diatas menunjukkan bahwa dari 160 orang responden penelitian yaitu terdapat 1 orang responden atau 0,6% sangat tidak setuju mengakses konten dakwah berupa cuplikan ceramah atau tausiyah, 1 orang responden atau 0,6% tidak setuju mengakses konten dakwah berupa cuplikan ceramah atau tausiyah, 74 orang responden atau 46,3% kurang setuju mengakses konten dakwah berupa cuplikan ceramah atau tausiyah, 72 orang responden dengan 45,0% setuju mengakses konten dakwah berupa cuplikan ceramah atau tausiyah dan 12 orang responden dengan 7,5% sangat setuju mengakses konten dakwah berupa cuplikan ceramah atau tausiyah. Jadi dapat disimpulkan bahwa alternatif jawaban yang paling banyak adalah kurang setuju mengakses konten dakwah berupa cuplikan ceramah atau tausiyah sebanyak 74 orang.

Tabel 4.12
Memberikan like (suka)

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
TS	3	1,9	1,9	1,9
KS	78	48,8	48,8	50,6
S	65	40,6	40,6	91,3
SS	14	8,8	8,8	100,0
Total	160	100,0	100,0	

Dari tabel diatas menunjukkan bahwa dari 160 orang responden penelitian yaitu terdapat 3 orang responden atau 1,9% tidak pernah memberikan like, 78 orang responden atau 48,8% jarang memberikan like, 65 orang responden atau 40,6% sering memberikan like dan 14 orang responden dengan 8,8% sangat sering memberikan like. Jadi dapat disimpulkan bahwa alternatif jawaban yang paling banyak adalah jarang memberikan like sebanyak 78 orang.

Tabel 4.13
Mengikuti konten creator

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
STS	1	,6	,6	,6
TS	3	1,9	1,9	2,5
KS	91	56,9	56,9	59,4
S	54	33,8	33,8	93,1

SS	11	6,9	6,9	100,0
Total	160	100,0	100,0	

Dari tabel diatas menunjukkan bahwa dari 160 orang responden penelitian yaitu terdapat 1 orang responden atau 0,6% tidak pernah sama sekali mengikuti konten creator, 3 orang responden atau 1,9% jarang mengikuti konten creator, 91 orang responden atau 56,9% jarang mengikuti konten creator, 54 orang responden dengan 33,8% sering mengikuti konten creator dan 11 orang responden atau 6,9% sangat sering mengikuti konten creator. Jadi dapat disimpulkan bahwa alternatif jawaban yang paling banyak adalah jarang mengikuti konten creator sebanyak 91 orang.

Tabel 4.14

Memberikan komentar positif

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
STS	1	,6	,6	,6
TS	12	7,5	7,5	8,1
KS	92	57,5	57,5	65,6
S	50	31,3	31,3	96,9
SS	5	3,1	3,1	100,0
Total	160	100,0	100,0	

Dari tabel diatas menunjukkan bahwa dari 160 orang responden penelitian yaitu terdapat 1 orang responden atau 0,6% tidak pernah sama sekali

memberikan komentar positif, 12 orang responden atau 7,5% tidak pernah memberikan komentar positif, 92 orang responden atau 57,5% jarang memberikan komentar positif, 50 orang responden dengan 31,3% sering memberikan komentar positif dan 5 orang responden atau 3,1% sangat sering memberikan komentar positif. Jadi dapat disimpulkan bahwa alternatif jawaban yang paling banyak adalah jarang memberikan komentar positif sebanyak 92 orang.

Tabel 4.15
Memberikan komentar negatif

	Frekuensi	Valid Percent	Valid Percent	Cumulatif Percent
STS	11	6,9	6,9	6,9
TS	83	51,9	51,9	58,8
KS	61	38,1	38,1	96,9
S	3	1,9	1,9	98,8
SS	2	1,3	1,3	100,0
Total	160	100,0	100,0	

Dari tabel diatas menunjukkan bahwa dari 160 orang responden penelitian yaitu terdapat 11 orang responden atau 6,9% tidak pernah sama sekali memberikan komentar negatif, 83 orang responden atau 51,9% tidak pernah memberikan komentar negatif, 61 orang responden atau 38,1% jarang memberikan komentar negatif, 3 orang responden

dengan 1,9% sering memberikan komentar negatif dan 2 orang responden atau 2% sangat sering memberikan komentar negatif. Jadi dapat disimpulkan bahwa alternatif jawaban yang paling banyak adalah tidak pernah memberikan komentar negatif sebanyak 83 orang.

b. Analisis Deskriptif Penyebaran Pesan Dakwah

Tabel 4.16

Membagikan konten dakwah kepada teman-teman

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
STS	2	1,3	1,3	1,3
TS	4	2,5	2,5	3,8
KS	90	56,3	56,3	60,0
S	58	36,3	36,3	96,3
SS	6	3,8	3,8	100,0
Total	160	100,0	100,0	

Dari tabel diatas menunjukkan bahwa dari 160 orang responden penelitian yaitu terdapat 2 orang responden atau 1,3% tidak pernah sama sekali membagikan konten dakwah kepada teman-teman, empat orang responden atau 2,5% tidak pernah membagikan konten dakwah kepada teman-teman, 90 orang responden atau 56,3% jarang membagikan konten dakwah kepada teman-teman, 58 orang responden dengan 36,3% sering membagikan konten dakwah kepada teman-teman dan 6 orang

responden atau 3,8% sangat sering membagikan konten dakwah kepada teman-teman. Jadi dapat disimpulkan bahwa alternatif jawaban yang paling banyak adalah jarang membagikan konten dakwah kepada teman-teman sebanyak 90 orang responden.

Tabel 4.17
Membagikan konten dakwah melalui story WA, story instagram dan lain-lain

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
STS	2	1,3	1,3	1,3
TS	7	4,4	4,4	5,6
KS	74	46,3	46,3	51,9
S	63	39,4	39,4	91,3
SS	14	8,8	8,8	100,0
Total	160	100,0	100,0	

Dari tabel diatas menunjukkan bahwa dari 160 orang responden penelitian yaitu terdapat 2 orang responden atau 1,3% tidak pernah sama sekali membagikan konten dakwah melalui story WA, instagram dan lain-lain, 7 orang responden atau 4,4% tidak pernah membagikan konten dakwah melalui story WA, instagram dan lain-lain, 74 orang responden atau 46,3% jarang membagikan konten dakwah melalui story WA, instagram dan lain-lain, 63 orang responden dengan 39,4% sering membagikan konten dakwah melalui story WA, instagram dan lain-lain dan 14 orang responden atau

8,8% sangat sering membagikan konten dakwah melalui story WA, instagram dan lain-lain. Jadi dapat disimpulkan bahwa alternatif jawaban yang paling banyak adalah jarang membagikan konten dakwah melalui story WA, instagram dan lain-lain sebanyak 74 orang responden.

Tabel 4.18
Memahami isi pesan dakwah

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
TS	1	,6	,6	,6
KS	5	3,1	3,1	3,8
S	137	85,6	85,6	89,4
SS	17	10,6	10,6	100,0
Total	160	100,0	100,0	

Dari tabel diatas menunjukkan bahwa dari 160 orang responden penelitian yaitu terdapat 1 orang responden atau 0,6% tidak memahami isi pesan dakwah, 5 orang responden atau 3,1% kurang memahami isi pesan dakwah, 137 orang responden atau 85,6% memahami isi pesan dakwah dan 17 orang responden dengan 10,6% sangat memahami isi pesan dakwah. Jadi dapat disimpulkan bahwa alternatif jawaban yang paling banyak responden memahami isi pesan dakwah sebanyak 137 orang.

Tabel 4.19
Mengetahui tujuan pesan dakwah

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulati ve Percent
TS	1	,6	,6	,6
KS	6	3,8	3,8	4,4
S	133	83,1	83,1	87,5
SS	20	12,5	12,5	100,0
Total	160	100,0	100,0	

Dari tabel diatas menunjukkan bahwa dari 160 orang responden penelitian yaitu terdapat 1 orang responden atau 0,6% tidak mengetahui tujuan pesan dakwah, 6 orang responden atau 3,8% kurang mengetahui tujuan pesan dakwah, 133 orang responden atau 83,1% mengetahui tujuan pesan dakwah dan 20 orang responden dengan 12,5% sangat mengetahui tujuan pesan dakwah. Jadi dapat disimpulkan bahwa alternatif jawaban yang paling banyak responden mengetahui tujuan pesan dakwah yang disampaikan sebanyak 133 orang.

Tabel 4.20

Pesan dakwah sesuai dengan fenomena-fenomena di sekitar responden

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulati ve Percent
TS	1	,6	,6	,6
KS	3	1,9	1,9	2,5
S	122	76,3	76,3	78,8

SS	34	21,3	21,3	100,0
Total	160	100,0	100,0	

Berdasarkan tabel 4.15 diatas menunjukkan bahwa dari 160 orang responden penelitian yaitu terdapat 1 orang responden atau 0,6% tidak setuju dengan pesan dakwah yang sesuai dengan fenomena-fenomena di sekitar responden, 3 orang responden atau 1,9% kurang setuju pesan dakwah yang sesuai dengan fenomena-fenomena di sekitar responden, 122 orang responden atau 76,3% setuju dengan pesan dakwah yang sesuai dengan fenomena-fenomena di sekitar responden, dan 34 orang responden dengan 21,3% sangat sangat setuju dengan pesan dakwah yang sesuai dengan fenomena-fenomena di sekitar responden. Jadi dapat disimpulkan bahwa alternatif jawaban yang paling banyak adalah setuju dengan pesan dakwah yang disampaikan sesuai dengan fenomena-fenomena yang ada di sekitar responden sebanyak 122 orang.

Tabel 4.21
Terdapat perubahan sikap dan perilaku

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
TS	1	,6	,6	,6
KS	1	,6	,6	1,3
S	109	68,1	68,1	69,4
SS	49	30,6	30,6	100,0
Total	160	100,0	100,0	

Berdasarkan tabel 4.16 diatas menunjukkan bahwa dari 160 orang responden penelitian yaitu terdapat 1 orang responden atau 0,6% tidak setuju dengan adanya perubahan sikap dan perilaku, 1 orang responden atau 0,6% kurang setuju dengan adanya perubahan sikap dan perilaku, 109 orang responden atau 68,1% setuju dengan adanya perubahan sikap dan perilaku, dan 49 orang responden dengan 30,6% sangat sangat setuju dengan adanya perubahan sikap dan perilaku. Jadi dapat disimpulkan bahwa alternatif jawaban yang paling banyak adalah setuju dengan adanya perubahan sikap dan perilaku setelah mengakses konten dakwah yang berisi pesan dakwah sebanyak 109 orang.

2. Analisis Uji Hipotesis

Uji hipotesis merupakan sebuah prosedur yang dapat menghasilkan sebuah keputusan, yaitu keputusan menerima atau menolak hipotesis. Uji hipotesis yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan uji Regresi Non Linear model Kuadratik dengan bantuan aplikasi SPSS versi 22. Peneliti menggunakan uji regresi non linear karena dari hasil uji normalitas dan linearitas data tidak memenuhi syarat untuk dilakukan uji regresi linear. Maka dipilihlah uji regresi non linear model kuadratik.

Berikut adalah hasil output data hasil perhitungan dengan bantuan aplikasi SPSS:

Tabel 4.22
Model Summary and Parameter Estimates

Dependent Variable: Pesan Dakwah

Equation	Model Summary					Parameter Estimates		
	R Square	F	df1	df2	Sig.	Constant	b1	b2
Quadratic	,312	35,678	2	157	,000	18,846	-,053	,006

The independent variable is TikTok.

Berdasarkan hasil analisis seperti pada tabel diatas, maka dapat diperoleh persamaan regresi kuadratik sebagai berikut:

$$Y = 18,846 - 0,053X + 0,006X^2$$

Dari tabel tersebut maka dapat disimpulkan uji hipotesisnya:

H_0 = tidak ada efektivitas media sosial TikTok dalam penyebaran pesan dakwah bagi remaja desa Kesamben

H_1 = terdapat efektivitas media sosial TikTok dalam penyebaran pesan dakwah bagi remaja desa Kesamben.

Sebelum menentukan apakah hipotesis yang diajukan peneliti diterima atau tidak maka harus ada yang namanya kaidah pengujian dimana:

Jika $\text{sig} > 0,05$, maka H_0 ditolak

Jika $\text{sig} < 0,05$, maka H_1 diterima

Pada tabel output data diatas maka dapat dilihat nilai signifikansi adalah 0,000 yang berarti lebih kecil dari 0,05 dengan begitu dapat disimpulkan bahwa data tersebut signifikan, maka H_1 yang berbunyi terdapat efek media sosial TikTok dalam penyebaran pesan dakwah bagi remaja desa

Kesamben *diterima*, sedangkan hipotesis H_0 yang berbunyi tidak ada efek media sosial TikTok dalam penyebaran pesan dakwah bagi remaja desa Kesamben *ditolak*.

Kemudian tingkat pengaruh atau efektifitas yang ditimbulkan variabel X terhadap variabel Y adalah sebesar 0,312 yang dapat dilihat ditabel R square. Kriteria besar pengaruh dapat dilihat pada kriteria interpretasi dibawah ini:

Tabel 4.23

No.	Nilai r	Interpretasi
1	0,00-1,199	Sangat lemah
2	0,20-0,399	Lemah
3	0,40-0,599	Sedang
4	0,60-0,799	Kuat
5	0,80-1,000	Sangat kuat

Berdasarkan kriteria interpretasi diatas dapat disimpulkan bahwa nilai 0,312 berada pada interval 0,20 – 0,399 yang berarti efek yang ditimbulkan aplikasi TikTok dalam penyebaran pesan dakwah adalah lemah. Angka 0,312 ini juga bisa dimaknai sebagai 31% penyebaran pesan dakwah pada remaja desa Kesamben Kecamatan Ngoro Kabupaten Jombang dipengaruhi oleh penggunaan aplikasi TikTok, sedangkan 69% dipengaruhi oleh faktor lain.

D. Pembahasan Hasil Penelitian

1. Perspektif Teori

Berdasarkan temuan hasil penelitian diatas, terdapat efektivitas media sosial TikTok dalam

penyebaran pesan dakwah bagi remaja Desa Kesamben. Media sosial TikTok memiliki efek atau pengaruh terhadap penyebaran pesan dakwah namun efek atau pengaruh tersebut masih terbilang lemah. Di katakan lemah karena penyebaran pesan dakwah yang terjadi pada remaja Desa Kesamben juga dipengaruhi oleh faktor-faktor lain diluar media sosial TikTok yang tidak dijelaskan dalam penelitian ini.

TikTok bisa dikatakan sudah mewakili fungsi media, terutama dalam hal menyampaikan pesan dakwah secara konkrit. Dengan kemudahan audio visual yang ada didalamnya sehingga dapat dengan mudah digunakan dalam penangkapannya (dengan indera yang lengkap) mulai dari menyebarkan informasi, menggambarkan suatu peristiwa yang sedang viral, hiburan sampai dengan ajakan untuk berdakwah. Fitur-fitur yang ada di dalam aplikasi TikTok juga membantu mempercepat dalam membangun kesan dalam menyampaikan pesan-pesan dakwah untuk dapat diterima, terutama generasi milenial yang begitu tertarik dengan rancangan audio visual yang disajikan dalam aplikasi TikTok.

Hal ini sejalan dengan teori yang digunakan dalam penelitian ini yaitu *uses and gratification*, yang mempunyai arti seseorang di anggap aktif dan memiliki tujuan, seseorang bertanggung jawab dalam pemilihan media yang akan digunakan dalam memenuhi kebutuhan mereka. Selain itu, menurut teori ini seseorang sadar dan mengetahui akan kebutuhan yang mereka butuhkan dan bagaimana caranya agar setiap kebutuhan bisa terpenuhi. Remaja Desa Kesamben dalam kebutuhannya dapat

terpenuhi dengan adanya media sosial TikTok dan menggunakannya hanya seperlunya saja, yang artinya para khalayak dan remaja Desa Desa Kesamben juga masih beranggapan bahwa dakwah hanya disebarakan melalui metode ceramah, diskusi dan lain-lain.

Pada hakekatnya *teori uses and gratification* untuk menjelaskan bagaimana individu menggunakan komunikasi massa untuk memenuhi kebutuhannya dan untuk mengetahui motivasi individu dalam penggunaan media. Teori *uses and gratification* menjelaskan yang menjadi permasalahan utama bukanlah media mengubah perilaku dan sikap setiap khalayak, tetapi bagaimana seseorang memenuhi kebutuhan pribadi dan sosial khalayak. Jadi di fokuskan khalayak aktif menggunakan media untuk mencapai tujuan khusus. teori ini menentukan fungsi komunikasi dalam melayani khalayak. Sejalan dengan penelitian ini, responden atau khalayak hanya menggunakan media untuk memenuhi kebutuhan pribadi tanpa dapat memengaruhi responden atau khalayak. Penelitian ini sejalan dengan teori dan dikatakan lemah karena media sosial TikTok tidak dapat memengaruhi penyebaran pesan dakwah.

Fungsi digunakannya TikTok yaitu bisa melatih kreativitas penggunanya melalui fitur dan filter menarik yang bisa dipergunakan untuk mengedit konten yang akan diunggah supaya lebih menarik untuk ditonton. Melalui konten-konten inilah bisa dilihat kreativitas dari para pengguna TikTok. Selain itu, media sosial TikTok juga berfungsi menjadi media hiburan dan juga informasi.

2. Perspektif Islam

Jika dicermati dari segi perspektif Islam, perkembangan media sosial sangat berpengaruh dalam penyebaran pesan dakwah. Pesan dakwah dianggap sebagai *maudhu'ud da'wah* atau *message* ialah isi dakwah yang disampaikan pendakwah atau da'i yang dapat berupa ucapan, tulisan, gambar dan lain sebagainya. Seluruh kebaikan dapat dijadikan pesan dakwah selama tidak bertentangan dengan ajaran Islam dan bertujuan baik. Pesan utama dakwah ialah Alqur'an dan hadist, sedangkan pesan-pesan lainnya bersifat sebagai penunjang, sebab semuanya harus merujuk pada kedua sumber hukum Islam tersebut

Pada penelitian ini media sosial TikTok efektif pada penyebaran pesan dakwah meskipun masih lemah. Meskipun dalam Al-Qur'an tidak diungkapkan dengan jelas mengenai penyebaran pesan dakwah melalui media sosial atau audio visual. Hal ini dikarenakan pada zaman Nabi tidak di temukan dakwah di media sosial dan hanya terdapat di zaman modern seperti saat ini. Secara tekstual di dalam Al Quran dan hadits memang tidak ditemukan ayat atau hadist yang membicarakan media untuk berdakwah. Namun demikian, media dakwah tetap sebagai salah satu komponen penting untuk mencapai tujuan dakwah.

Namun, meskipun tidak disebutkan secara spesifik tentang media sosial yang bisa dipergunakan dalam penyebaran dakwah, Abu al-Fath al-Bayanuni, dalam kitabnya *al-Madkhal ila Ulm al-Da'wah* dalam mendasarkan kajian media dakwah pada (QS. Al – Maidah [5]: 35) yang berbunyi:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا اتَّقُوا اللَّهَ وَابْتَغُوا
إِلَيْهِ الْوَسِيلَةَ وَجَاهِدُوا فِي سَبِيلِهِ
لَعَلَّكُمْ تُفْلِحُونَ

Artinya : “Hai orang-orang yang beriman, bertakwalah kepada Allah dan carilah jalan yang mendekatkan diri kepada-Nya, dan berjihadlah pada jalan-Nya, supaya kamu mendapat keberuntungan.”

Untuk merefleksikan ayat ini al-Bayanuni menulis: dai adalah orang paling layak mencari media yang dapat lebih mendekatkan diri mereka kepada Allah dan yang bisa menyampaikan dakwahnya kepada manusia. Hal ini sejalan dengan hukum-hukum Allah dalam bumi, melalui pengutusan Rasul-rasul, penurunan kitab-kitab suci. Beliau adalah yang berkuasa memberi hidayah untuk manusia semuanya dan tanpa media-media ini. Efektivitas dakwah menurutnya, terkait erat dengan pendekatan yang digunakan, tepatnya metode dan efektifnya media yang dipilih.

Selain itu, ada beberapa media yang bisa dipergunakan untuk berdakwah yang terinspirasi dari Al Quran dan hadist, antara lain:

- a. Lisan, seperti melalui ceramah, khutbah dan lain sebagainya.
- b. Tulisan, seperti melalui buku, artikel, karya ilmiah, surat, surat kabar, majalah dan lain sebagainya
- c. Lukisan, seperti seni lukis, foto dan lain-lain.
- d. Audio visual, seperti melalui radio, televisi dan media sosial (TikTok, instagram, facebook, youtube dan lain-lain)

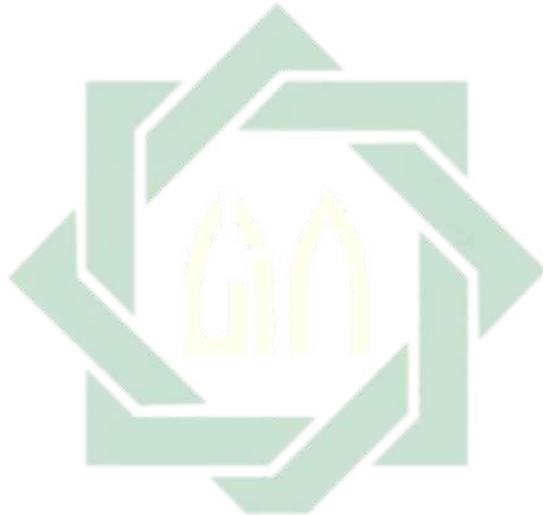
e. Seni atau budaya.

Dari model-model media untuk berdakwah ini, jika dimanfaatkan secara maksimal oleh seorang da'i, maka pelaksanaan dakwah akan efektif dan lebih mudah diterima masyarakat atau objek dakwah, tentunya dengan kecermatan da'i dalam menyesuaikannya dengan situasi dan kondisi yang ada. Menurut penulis, dakwah yang disampaikan melalui media sosial belum sepenuhnya efektif dalam penyebaran pesan dakwah bagi masyarakat khususnya remaja Desa Kesamben. Meskipun dakwah yang disampaikan lewat media sosial jangkauannya sangat luas dan tidak terbatas, tetapi tingkat efektivitasnya dalam hal dakwah masih sangat kurang.

TikTok mempunyai peluang untuk membangun literasi khasanah keilmuan tentang agama Islam yang sangat diperlukan oleh masyarakat luas yang disajikan sesuai dengan pola hidup masyarakat sekarang yang tidak bisa jauh dari smartphone. Yang mendasari orang-orang memilih aplikasi TikTok karena ingin berbagi keilmuan tentang Agama Islam agar Ilmu yang disampaikan membawa dampak yang luas bagi para pengguna platform ini.

Jika dikaitkan dengan dakwah di dunia maya, Islam sebagai agama yang responsif terhadap segala perubahan serta keadaan, sudah selayaknya melakukan evaluasi terhadap dakwah tradisional yang dilakukan selama ini. Dakwah dalam arti yang luas (bukan sekedar tabligh atau ceramah) dituntut supaya bisa menembus dunia *cyber* dalam rangka menebarkan benih-benih dan nilai mulia Islam. Dengan adanya nilai-nilai Islam ini seseorang

mampu mengambil makna yang terkandung di dalamnya.



UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

BAB V
PENUTUP

87

A. Simpulan

1. Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, hasil analisis menunjukkan nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$ yang artinya signifikan. Kemudian hipotesis kerja (H_1) yang berbunyi terdapat efektivitas media sosial TikTok dalam penyebaran pesan dakwah bagi remaja desa Kesamben kecamatan Ngoro Kabupaten Jombang diterima, sedangkan hipotesis nihil (H_0) yang berbunyi tidak terdapat efektivitas media sosial TikTok dalam penyebaran pesan dakwah bagi remaja Desa Kesamben kecamatan Ngoro Kabupaten Jombang adalah ditolak. Hal ini menunjukkan bahwa aplikasi TikTok efektif dalam penyebaran pesan dakwah bagi remaja desa Kesamben.
2. Tingkat efektivitas jika dilihat dari tabel yang ada pada R square yaitu sebesar 0,312 yang artinya berada ada interval interpretasi regresi 0,20 - 0,399. Hal ini berarti efek yang ditimbulkan aplikasi TikTok dalam penyebaran pesan dakwah bagi remaja desa Kesamben adalah lemah. Angka yang tertera adalah 0,312 ini juga dapat dimaknai bahwa sebesar 31% penyebaran pesan dakwah pada remaja desa Kesamben dipengaruhi oleh penggunaan aplikasi TikTok, sedangkan 69% dipengaruhi oleh faktor lain diluar aplikasi TikTok.

B. Saran dan Rekomendasi

Berdasarkan hasil penelitian ini, penulis ingin memberikan saran dan rekomendasi demi kemajuan dunia dakwah, umat Islam, masyarakat umum khususnya remaja Desa Kesamben.

- a. Kepada para peneliti selanjutnya yang ingin meneliti media sosial TikTok dalam penyebaran pesan

dakwah, misalnya dengan meneliti pengaruh atau frekuensi kemudian mengaitkannya dengan teori serta efek yang akan dihasilkan dan lain sebagainya. Karena media sosial akan terus berkembang terutama aplikasi TikTok, baik adanya fitur baru atau dalam penggunaannya akan terus mengalami perubahan dari yang sebelumnya.

- b. Bagi remaja Desa Kesamben meningkatkan minat dan motivasi dalam berdakwah melalui media massa khususnya aplikasi TikTok perlu ditingkatkan. Perlu adanya keseimbangan antara penyebaran pesan dakwah dan hiburan semata. Seiring dengan berjalannya perkembangan zaman seharusnya dapat dimanfaatkan juga untuk aktifitas berdakwah.

C. Keterbatasan Penelitian

Peneliti berharap beberapa masukan yang dapat diberikan oleh pembaca untuk skripsi ini. Keterbatasan dalam penelitian yang peneliti lakukan tentunya mempunyai banyak keterbatasan-keterbatasan, antara lain:

1. Keterbatasan pengetahuan peneliti tentang media sosial TikTok dan dakwah Islam sehingga dalam pembahasan tidak diuraikan secara lengkap.
2. Keterbatasan waktu dan tenaga mengingat banyaknya responden yang sibuk dan berada di luar Desa Kesamben
3. Peneliti menyadari bahwa masih banyak kekurangan dalam penelitian ini. Peneliti berharap penelitian selanjutnya mengenai teori uses and gratification dilakukan dengan lebih spesifik terhadap aspek yang ingin digali.

DAFTAR PUSTAKA

Jurnal

- Aprilian, D., “Hubungan Antara Pengguna Aplikasi TikTok Dengan Perilaku Narsisme Pada Siswa Sekolah Menengah Pertama”, *Jurnal Komunikasi Islam*, 2021
- Arifin, P., “Persaingan Tujuh Portal Berita Online Indonesia berdasarkan Analisis Uses and Gratifications”, *Jurnal Ilmu Komunikasi*, vol. 10, no. 2, Desember 2013.
- Hardyanti, W., “Diskrepansi Kepuasan Pembaca Media Online Islam: Studi Komparatif Kesenjangan Kepuasan Membaca Situs eramuslim.com di Kalangan Dosen dan Mahasiswa di Malang”, *Jurnal Sospol*, vol. 3, no. 1, (Januari-Juni 2017).
- Hikmawati, SH., “Pemanfaatan Media Tik Tok Sebagai Media Dakwah Bagi Dosen IAI Sunan Kalijogo Malang”, *Jurnal Komunikasi dan Penyiaran Islam*, vol. 2, no. 1, 2021.
- Karunia H., “Fenomena Penggunaan Media Sosial : Studi Pada Teori Uses and Gratification”, *Jurnal Teknologi dan Informasi Bisnis*, vol. 3, no. 1, Januari 2021.
- Malihah, N., “Tik Tok Dalam Perspektif Al-Qur’an” *Jurnal At-Tahfizh: Jurnal Ilmu Al-Qur’an dan Tafsir*, vol. 1, no. 01, Juli-Desember 2019.
- Mingkid, G J., “Efektivitas Penggunaan Dana Desa Dalam Peningkatan Pembangunan (Suatu Studi Di Desa Watutumou Dua Kecamatan Kalawat Kabupaten

- Minahasa Utara)”, *Jurnal Jurusan Ilmu Pemerintahan*, vol. 2, no.2, (2017).
- Pradita, A., “Tingkat Kepuasan Mahasiswa Dalam Menggunakan Media Sosial Snapchat Di Pekanbaru”, *JOM FISIP*, vol. 4, no.2, (Oktober 2017).
- Prasanti, D., “Penggunaan Media Komunikasi Bagi Remaja Perempuan Dalam Pencarian Informasi Kesehatan”, *Jurnal Lontar*, vol. 6, no. 1, Januari-Juni 2018.
- Purnomo, P. dan Palupi, M., “Pengembangan Tes Hasil Belajar Matematika Materi Menyelesaikan Masalah Yang Berkaitan Dengan Waktu, Jarak dan Kecepatan Untuk Siswa Kelas V “, *Jurnal Penelitian (Edisi Khusus PGSD)*, vol. 20, no. 2, Desember 2016.
- Randani, Y., “Strategi Pemanfaatan Aplikasi TikTok Sebagai Media Dakwah Untuk Kaum Millennial”, *Jurnal Mahasiswa FIAI-UII at-Thullab*, vol.3, no. 1, (Agustus-Januari 2021).
- Riyanto, “Efektivitas Media Internet Terhadap Kepuasan Khalayak Media”, *Jurnal Komunikasi*, vol. 2, no. 1, 2017.
- Rohmah, N., “Media Sosial Sebagai Media Alternatif Manfaat dan Pemuas Kebutuhan Informasi Masa Pandemi Global Covid 19 (Kajian Analisis Teori Uses And Gratification)”, *Jurnal Komunikasi dan Penyiaran Islam*, vol. 4, no 1, (September 2020).
- Zulkarnaini, “Dakwah Islam di Era Modern”, *Jurnal risalah*, vol. 26, no. 3, September 2015.

Buku

Ali Aziz, Moh., *Ilmu Dakwah (Edisi Revisi)*. Jakarta : Kencana, 2017.

Martono, N., *Statistik Sosial Teori dan Aplikasi Program SPSS*
Yogyakarta : Gava Media, 2010.

Internet

https://elibrary.unikom.ac.id/id/eprint/2048/13/UNIKOM_Yuliani%20Resti%20Fauziah_Jurnal.pdf. Diambil pada tanggal 13 Maret 2022, pukul 02.04 WIB.

<https://pojoksosmed.com/tiktok/tik-tok-adalah/>. Diakses pada tanggal 12 Maret 2022, pukul 04.43 WIB.

<https://dspace.uui.ac.id/bitstream/handle/123456789/17795/05.3%20bab%203.pdf?sequence=7&isAllowed=y>. Diambil pada tanggal 12 Maret 2022, pukul 01.36 WIB.

<https://core.ac.uk/download/pdf/270123406.pdf>. Diakses pada tanggal 13 Maret 2022 pukul 01.42 WIB.

UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A